

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM  
GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU  
KABUPATEN KARANGANYAR  
JAWA TENGAH**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh  
DESI KURNIA RAHMAWATI  
NIM. 12402241044

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN  
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2017**

**PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM  
GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU  
KABUPATEN KARANGANYAR  
JAWA TENGAH**

**SKRIPSI**

Oleh:

DESI KURNIA RAHMAWATI  
NIM 12402241044

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 20 Desember 2016

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran

Jurusan Pendidikan Administrasi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,  
Dosen Pembimbing



Muslikhah Dwihartanti, M.Pd.  
NIP. 19780511 200112 2 001



**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM  
GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU  
KABUPATEN KARANGANYAR  
JAWA TENGAH**

Oleh :

DESI KURNIA RAHMAWATI  
NIM 12402241044

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi  
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
Pada Tanggal 30 Desember 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat  
Guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan

**DEWAN PENGUJI**

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Purwanto, MM., M.Pd	Ketua Penguji		13/2017 01
Muslikhah Dwihartanti, M.Pd	Sekretaris Penguji		12/2017 01
Drs. Joko Kumoro, M.Si	Penguji Utama		11/2017 01

Yogyakarta, 16 Januari 2017

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,



Dr. Sugiharsono, M.Si

NIP. 19550328 198303 1 002

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Desi Kurnia Rahmawati

NIM : 12402241044

Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ekonomi

Judul Tugas Akhir :PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak apa paksaan.

Yogyakarta, 20 Desember 2016

Penulis,



Desi Kurnia Rahmawati

NIM. 12402241044



## MOTTO

*“Tuntutlah ilmu, tapi tidak melupakan ibadah,  
Dan kerjakanlah ibadah tapi tidak boleh lupa pada ilmu.”*

*(Hassan Al Bashri)*

*“Never run away from problem,  
it will follows like shadows until you solve it.”*

*(Penulis)*

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala karunia-Nya sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Sartono dan Ibu Siti Muriyan Muallimah atas segala do'a, dukungan motivasi, dan kasih sayang yang selalu diberikan untuk saya.
2. Almamater, Universitas Negeri Yogyakarta yang telah menjadi tempat ku mencari ilmu.



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM  
GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU  
KABUPATEN KARANGANYAR  
JAWA TENGAH**

**Oleh:  
Desi Kurnia Rahmawati  
NIM 12402241044**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) seberapa besar pengaruh dan signifikansi harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; (2) seberapa besar pengaruh dan signifikansi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; (3) seberapa besar pengaruh dan signifikansi harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

Penelitian ini merupakan penelitian *expost facto*. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar dan sampel sebanyak 100 pengunjung. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis regresi sederhana dan berganda setelah uji prasyarat dilakukan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga memiliki pengaruh sebesar 51,2% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; (2) kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 45,2% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar; dan (3) harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh sebesar 59,3% dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.

**Kata kunci: harga, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung**

**THE EFFECT OF PRICE AND QUALITY OF SERVICE TO  
SATISFACTION VISITOR AT NATURAL PARK  
GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU  
KARANGANYAR REGENCY  
CENTRAL JAVA**

**By:  
Desi Kurnia Rahmawati  
NIM 12402241044**

**ABSTRACT**

*The aims of this study to determine: (1) how much influence and significance of the price to the satisfaction of visitors Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; (2) how much influence and significance of service quality on customer satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; (3) how much influence and significance of the price and quality of service to the satisfaction of visitors Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar.*

*This research is included of expost facto research. The population of this study is the whole of visitors Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar Regency and the samples about 100 visitors. The technique sampling that is used is accidental sampling. The techniques of collecting data using questionnaires and documentation. The data analysis technique is doing by a simple regression analysis and multiple regression analysis after the prerequisite test is done.*

*The results of this study indicate that: (1) the price has the effect of 51.2% and the significant impact on visitor satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; (2) the quality of service has the effect of 45.2% and significant impact on visitor satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar; and (3) the price and the quality of service together has the effect of 59.3% and significant impact on visitor satisfaction Nature Park Grojogan Sewu Tawangmangu Karanganyar.*

***Keywords: price, service quality, customer satisfaction***



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas petunjuk dan hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah”, dapat terselesaikan dengan baik.

Keberhasilan penulisan Tugas Akhir Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, diucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., MA., Rektor UNY yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan FE UNY yang telah memberikan izin penelitian untuk keperluan skripsi
3. Bapak Joko Kumoro, M.Si., Kaprodi Pendidikan Administrasi sekaligus penguji utama yang telah memberikan saran dan arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Nadia Sasmita W, S.A.B, M.Si., Dosen pembimbing akademik yang telah mendampingi dan memberikan motivasi hingga akhir penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
5. Ibu Muslikhah Dwihartanti, M.Pd., Dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar memberikan saran dan arahan, serta memberikan motivasi selama pelaksanaan dan penyusunan Tugas Akhir Skripsi.
6. Bapak Purwanto, M.M., M.Pd., Dosen Ketua Penguji skripsi yang memberikan saran dan arahan untuk skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Prodi Pendidikan Adminisrasi Perkantoran yang telah memberikan ilmunya selama kuliah.
8. Pengelola Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu yaitu PT Duta Indonesia Djaya yang telah memberikan ijin dan membantu pengambilan data penelitian.

9. Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu yang telah membantu dalam penelitian dalam pengisian angket penelitian.
  10. Keluargaku Bapak Sartono, Ibu Siti Muriyan Mualimah, Mba Lia, dan Adikku Septia yang selalu menjadi penyemangatku.
  11. Sahabat kecil sekaligus saudaraku Mba Monna, Mba Vitri, Monika, Viki, Very, Okky yang membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini.
  12. Sahabatku Sukma, Viki, Retno yang telah memberikan semangat dan menjadi tempat keluh kesahku.
  13. Teman-teman satu atap Tia, Putri, Dede, Sinta, Ika, dan Nevita yang selalu memotivasiku.
  14. Teman-teman perjuangan Yenny, Tia, Irma, Esa, Istri, Jfika, Tami, Noor, dan Ve.
  15. Teman-teman Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2012.
  16. Semua pihak yang telah berjasa dalam memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan tugas akhir ini.
- Penulisan Tugas Akhir Skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Semoga Tugas Akhir Skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 20 Desember 2016

Penulis,



Desi Kurnia Rahmawati

NIM. 12402241044



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>

<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
<b>II. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
A. Deskripsi Teori.....	9
1. Kepuasan Konsumen.....	9
a. Pengertian Pengunjung sebagai Konsumen .....	9
b. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	10
c. Faktor-faktor Pendorong Kepuasan konsumen .....	12
d. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	14
2. Harga.....	16
a. Pengertian Harga.....	16
b. Tujuan Penetapan Harga .....	17
c. Persepsi Konsumen mengenai Harga.....	20
d. Faktor-faktor dalam Menetapkan Harga.....	21
3. Kualitas Pelayanan .....	23
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	23

b. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	26
c. Faktor-faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan ..	29
B. Penelitian yang Relevan .....	32
C. Kerangka Pikir .....	33
D. Paradigma Penelitian .....	35
E. Hipotesis Penelitian .....	36
<b>III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
A. Desain Penelitian .....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	37
C. Variabel Penelitian .....	37
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
F. Teknik Pengumpulan Data .....	40
G. Instrumen Penelitian .....	41
H. Uji Coba Instrumen .....	42
I. Teknik Analisis Data .....	45
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
B. Deskripsi Data Penelitian.....	52
C. Hasil Analisis Data .....	61
D. Hasil Pengujian Hipotesis .....	64
E. Pembahasan .....	68
F. Keterbatasan Penelitian.....	74
<b>V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran .....	76
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Skor Alternatif Jawaban.....	41
2. Kisi-kisi Instrumen Harga.....	42
3. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan .....	42
4. Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pengunjung .....	42
5. Hasil Pengujian Validitas Butir-butir Pernyataan.....	43
6. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi .....	44
7. Uji Reliabilitas Variabel .....	44
8. Distribusi Harga (X1) .....	53
9. Kecenderungan Variabel Harga.....	54
10. Distribusi Kualitas Pelayanan (X2) .....	56
11. Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan.....	57
12. Distribusi Kepuasan Pengunjung (Y) .....	59
13. Kecenderungan Variabel Kepuasan Pengunjung.....	60
14. Ringkasan Uji Normalitas Berdasarkan Alpha .....	62
15. Rangkuman Hasil Uji Linieritas .....	63
16. Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
17. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung .....	65
18. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung .....	66
19. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian .....	35
2. Histogram Distribusi Frekuensi Harga .....	54
3. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan Variabel Harga .....	55
4. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan .....	57
5. <i>Pie Chart</i> kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan .....	58
6. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Pengunjung .....	60
7. <i>Pie Chart</i> Variabel Kepuasan Pengunjung .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Uji Instrumen.....	82
2. Rekap Data Uji Instrumen .....	86
3. Hasil Uji Validitas .....	89
4. Hasil Uji Reliabilitas.....	91
5. Kuesioner Penelitian .....	94
6. Rekap Data Penelitian.....	98
7. Hitungan Tabel Distribusi Frekuensi.....	107
8. Deskriptif Statistik .....	112
9. Hasil Uji Normalitas .....	112
10. Hasil Uji Linieritas .....	113
11. Hasil Uji Multikolinearitas .....	115
12. Hasil Uji Hipotesis 1.....	116
13. Hasil Uji Hipotesis 2 .....	117
14. Hasil Uji Hipotesis 3 .....	118
15. Dokumentasi Penelitian .....	120
16. Surat Izin Penelitian.....	125

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi alam yang besar. Potensi alam berupa kondisi geografis yang terdiri dari ribuan pulau. Pulau-pulau tersebut membentang dari Sabang sampai Merauke, dan membuat Indonesia menjadi negara kepulauan terbesar di dunia. Kondisi geografis ini sangat menguntungkan dan dapat dikembangkan untuk berbagai sektor. Salah satunya sektor pariwisata di Indonesia.

Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dikemukakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berdasarkan pernyataan tersebut, pariwisata didukung oleh semua komponen yang ada di dalamnya. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menyumbangkan penghasilan yang besar bagi daerah. Retribusi daerah sebagian besar berasal dari sektor pariwisata. Oleh karena itu pengembangan sektor pariwisata perlu dilakukan untuk meningkatkan laju perekonomian daerah dan meningkatkan kesejahteraan warga. Tiap-tiap daerah berupaya untuk mengembangkan potensi daerahnya.

Salah satu daerah di Pulau Jawa yang memiliki potensi besar di bidang pariwisata terdapat di Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Kabupaten Karanganyar terletak tidak jauh dari Kota Solo. Pariwisata di Kabupaten



Karanganyar, antara lain : Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, Air Terjun Jumog, Air Terjun Parang Ijo, Candi Cetho, Candi Sukuh, dan lain-lain. Adanya berbagai tempat pariwisata di Kabupaten Karanganyar menjadi penggerak perekonomian warganya. Selain itu juga menambah tingkat pendapatan daerah dan memajukan kewirausahaan. Warga banyak yang mengembangkan usahanya dalam bidang penginapan, *souvenir* (cinderamata), dan kuliner. Salah satu obyek wisata di Kabupaten Karanganyar yang cukup dikenal adalah Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu di Tawangmangu merupakan salah satu tempat pariwisata yang menjadi tujuan wisatawan. Wisata yang ditawarkan tidak hanya air terjun, tetapi sejuknya udara pegunungan, hutan yang terdiri dari berbagai jenis tumbuhan yang menjadi habitat bermacam satwa membuat betah para pengunjung. Keindahan alam dan ketinggian air terjun yang kurang lebih mencapai 81 m memiliki keistimewaan tersendiri bagi wisatawan, selain itu lingkungan di Grojogan Sewu masih alami dan menjadi hutan konservasi.

Perusahaan yang mengembangkan pariwisata ini adalah PT. Duta Indonesia Djaya sebagai pemegang Ijin Pengusahaan Pariwisata Alam (IPPA) sejak tahun 1969, bekerjasama dengan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam, Balai Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Tengah. Ada banyak fasilitas yang ditawarkan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu antara lain kolam renang anak dan dewasa, *mini rafting* dan *flying fox*, *outbond* dan jembatan jaring,

serta fasilitas lain seperti taman bermain, mushola, toilet, maupun kios-kios makanan dan minuman disediakan demi kenyamanan pengunjung wisata di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu. Pengunjung dapat menikmati semua fasilitas di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu dengan membayar tiket sebesar Rp 8.000,00 untuk wisatawan domestik dan Rp 25.000,00 untuk Wisman (Wisatawan Mancanegara).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 25 Tahun 2014, tentang Jenis dan Tarif Atas Jenis Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Kementerian Kehutanan, pada bulan Agustus tahun 2014 harga tiket masuk mengalami kenaikan yang cukup tinggi. Kenaikan harga tiket masuk di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu dari Rp 8.000,00 menjadi Rp 15.000,00 untuk wisatawan domestik. Sedangkan untuk Wisman dari Rp 25.000,00 menjadi Rp 110.000,00 (Senin sampai Kamis) dan Rp 150.000,00 (hari libur nasional dan Jum'at sampai Minggu). Kenaikan ini memicu berbagai respon dari beberapa pihak, terutama dari wisatawan yang merasa tidak puas. Ketidakpuasan masyarakat ditunjukkan dengan adanya keluhan dari pengunjung.

Salah satu akibat kenaikan harga tiket Taman Wisata Alam Grojogan Sewu adalah menurunnya jumlah pengunjung. Pihak pengelola menjelaskan bahwa pada tahun 2015 jumlah keseluruhan pengunjung mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dua tahun terakhir yaitu pada tahun 2013 (sebelum kenaikan harga masuk) jumlah pengunjung mencapai 425.124, sedangkan pada tahun 2015 hanya mencapai sekitar 375.475 pengunjung.

Berdasarkan data jumlah pengunjung, terhitung penurunan mencapai 49.649 pengunjung.

Penurunan pengunjung terlihat dari jumlah wisatawan mancanegara. Sukirdi sebagai Direktur PT Duta Indonesia Djaya pun mengeluh kunjungan wisman menurun 50% dari 3.000 orang menjadi 1.500 orang (Solopos.com). Penurunan ini dimuat dalam berita Solopos.com dan menjelaskan bahwa “Mereka (wisman) kaget harga tiket Rp110.000. Ya, mereka enggak mau masuk karena tiket terlalu mahal. Padahal, mereka suka lihat air terjun. Sampai depan loket, mereka meminta pulang ke Solo atau jalan ke tempat lain,” kata pemandu wisata Prima Tours Solo, Patrick Orlando (Solopos.com). Jumlah ini mempengaruhi jumlah keseluruhan pengunjung wisata per tahun. Akibatnya banyak wisatawan mancanegara memilih obyek wisata lainnya. Pihak lain seperti pedagang *souvenir*, jasa penginapan, penjaja kuliner dan lain-lain, juga mengalami penurunan omset akibat penurunan jumlah pengunjung dan merasakan dampak dari kenaikan harga tiket masuk.

Masalah lain yang timbul yaitu terkait dengan kualitas pelayanan jasa di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu. Pelayanan yang kurang seperti pengelolaan area parkir yang kurang luas, sehingga mengharuskan pengunjung yang mengendarai mobil ataupun bus harus memarkirkan kendaraannya di belakang Kolam Renang Balekambang. Jarak area parkir dengan tempat wisata kurang lebih 300 meter. Walaupun area parkir merupakan tanggung jawab dari pemerintah, perlu adanya kerjasama dari pengelola dan pemerintah yang sama-sama memberikan pelayanan yang

terbaik untuk pengunjung. Pengelola masih dalam tahap pengembangan guna meningkatkan kualitas pelayanan bagi wisatawan, seperti penambahan dan perbaikan fasilitas yang tersedia.

Selain itu, kenyamanan pengunjung sedikit terganggu akibat banyaknya sampah dari daerah atas atau sekitar aliran sungai bagian atas yang mencemari kebersihan air terjun di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu. Upaya kebersihan sudah dilakukan oleh pihak pengelola, seperti adanya pekerja kebersihan dan banyak tempat sampah di sekitar kawasan wisata. Namun kenyataannya, justru masyarakat sekitar yang kurang peka dan kurang peduli akan kebersihan terutama kebersihan aliran sungai.

Perkembangan pariwisata tidak luput dari persaingan dalam dunia bisnis, sehingga menuntut setiap pengelolaanya memberikan pelayanan yang terbaik terutama untuk kepuasan pengunjungnya. Kepuasan pelanggan merupakan anggapan terhadap kualitas produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Jika kualitas baik, maka pelanggan akan merasa puas, tapi jika kualitas buruk maka pelanggan tidak merasa puas.

Berdasarkan kondisi yang telah dijelaskan tersebut, maka diperlukan suatu penelitian pada para pengunjung wisata terhadap permasalahan yang bersangkutan dengan obyek wisata tersebut yaitu melalui harga dan kualitas pelayanan. Uraian tersebut menjadi alasan dan latar belakang dalam pemilihan judul skripsi “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dikemukakan dapat ditarik identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Masih ada pengunjung yang tidak puas.
2. Menurunnya jumlah pengunjung pada tahun 2015 dibandingkan dengan tahun sebelumnya.
3. Penurunan jumlah pengunjung terutama wisatawan mancanegara.
4. Tempat parkir yang kurang luas, sehingga pengunjung harus parkir jauh dari Obyek Wisata.
5. Banyak sampah dari daerah atas atau sekitar aliran sungai bagian atas yang mencemari kebersihan air terjun.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada, maka perlu ada batasan-batasan masalah untuk menghindari meluasnya permasalahan. Pemberian batasan masalah, diharapkan ruang lingkup permasalahan yang diteliti menjadi jelas. Penelitian ini akan difokuskan pada pengunjung tidak puas di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah di atas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu?
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu?
3. Berapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan utama penelitian ini adalah menjawab permasalahan yang telah dirumuskan diantaranya untuk:

1. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

#### **F. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis :

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung wisata.



## 2. Manfaat Praktis :

- a. Bagi pengelola, hasil ini dapat dijadikan masukan untuk perbaikan kualitas pelayanan Obyek Wisata.
- b. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman sebagai bekal terjun ke masyarakat mengenai tingkat kepuasan pelanggan. Serta untuk penyusunan skripsi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- c. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta, penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan referensi dan kajian mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta, khususnya mahasiswa program studi Pendidikan Administrasi Perkantoran.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Kepuasan Konsumen**

###### **a. Pengertian Pengunjung sebagai Konsumen**

Konsumen merupakan orang yang melakukan kegiatan konsumsi, yaitu pengguna dari suatu barang atau jasa. Menurut pengertian Pasal 1 angka 2 UU PK, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.” Konsumen merupakan orang yang memakai suatu barang atau jasa tertentu. Menurut Ari Sudarman (2011: 13), “konsumen adalah semua anggota masyarakat yang menerima uang dari hasil penjualan faktor produksi miliknya dan kemudian membelanjakannya untuk pembelian barang atau jasa”. Jadi konsumen adalah orang yang membelanjakan barang atau jasa dari uang yang dimilikinya.

Pendapat lain dari Suherman Rosyidi (2011: 39), “konsumen adalah para pemakai barang dan jasa yang dihasilkan oleh produsen”. Konsumen merupakan pemakai dari barang atau jasa. Berdasarkan beberapa pendapat di atas, konsumen adalah

orang yang mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli barang atau jasa yang telah dihasilkan oleh produsen.

Pengunjung pada penelitian ini diartikan sebagai sebutan dari orang-orang yang mengunjungi tempat wisata atau biasa disebut dengan wisatawan. Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009). Jadi berdasarkan pengertian ini, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Pengunjung memiliki arti yang lebih khusus daripada konsumen. Jika konsumen adalah orang yang berpotensi membeli suatu barang atau jasa, maka pengunjung adalah orang yang mendatangi suatu tempat tertentu dan menggunakan jasa dari perusahaan atau pengelola tertentu khususnya dalam bidang kepariwisataan.

#### **b. Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas suatu barang atau jasa. Kepuasan adalah hasil yang diperoleh berupa perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk maupun jasa. Menurut Engel (Fandy Tjiptono, 2000: 146):

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan pendapat di atas, kepuasan konsumen adalah respon dari evaluasi kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan hasil yang diperoleh. Menurut Mahmud Machfoedz (2005: 4) “Kepuasan konsumen ditentukan oleh kinerja manfaat produk dalam hubungannya dengan nilai yang memenuhi harapan konsumen”. Kepuasan konsumen merupakan nilai manfaat dari suatu produk yang dapat memenuhi harapan konsumen.

Kesimpulan dari pengertian di atas yaitu, kepuasan konsumen adalah suatu hasil yang melebihi dari harapan ketika membeli atau menggunakan suatu produk tertentu. Kepuasan konsumen akan memberikan dampak positif bagi sebuah perusahaan.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013: 231-232) kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya, yaitu :

1) Minat penggunaan ulang

Konsumen yang merasa puas atas barang dan jasa akan berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang. Minat penggunaan ulang yaitu ketertarikan akan menggunakan atau membeli barang dan jasa kembali.

2) Barang atau jasa berkualitas

Kualitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika barang dan jasa memiliki kualitas

yang baik maka konsumen akan merasa puas, begitu juga sebaliknya jika barang dan jasa kurang berkualitas konsumen akan merasa tidak puas atau kecewa.

3) Ketersediaan untuk merekomendasikan.

Kepuasan konsumen dapat dilihat setelah pembelian. Konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan barang dan jasa tersebut kepada orang lain. Merekomendasikan merupakan bentuk dari kepuasan yang dirasakan konsumen.

Apabila konsumen merasa puas, kemungkinan mereka akan kembali membeli produk atau jasa yang sama. Konsumen yang puas juga cenderung memberikan referensi yang baik atas produk atau jasa yang telah mereka gunakan kepada orang lain.

**c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan hasil yang melebihi dari harapan ketika membeli atau menggunakan produk tertentu. Ketika konsumen merasa puas, akan tercipta rasa senang dengan produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan konsumen bisa menjadi pelanggan dan setia kepada perusahaan. Pelanggan bisa diartikan konsumen yang setia.

Rambat Lupiyoadi (2001: 158) menjelaskan terdapat lima faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu: 1) kualitas produksi; 2) kualitas pelayanan; 3) emosional; 4) harga;

dan 5) biaya. Jadi kualitas produksi, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan.

Pendapat di atas hampir sama dengan pendapat Handi Irawan (2002: 37) faktor-faktor yang mendorong kepuasan kepada pelanggan, yaitu:

- 1) Kualitas Produk  
Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang memiliki kualitas produk baik.
- 2) Harga  
Biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting. Akan tetapi biasanya faktor harga bukan menjadi jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.
- 3) Kualitas Jasa  
Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh jasa yang sesuai dengan apa yang diharapkan dari karyawan perusahaan.
- 4) *Emotional Factor*  
Kepuasannya bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap produk tertentu.
- 5) Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa.  
Kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau jasa memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa ada banyak faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan, yaitu: kualitas produk, kualitas jasa, kualitas pelayanan, harga, biaya dan faktor emosional. Faktor-faktor ini perlu diperhatikan oleh perusahaan guna mengetahui harapan dan keinginan dari konsumen.



#### **d. Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Pengukuran kepuasan konsumen merupakan bagian dari langkah perusahaan dalam menangani dan memberikan pelayanan. Menurut Oka A. Yoeti (2003: 61-62) kepuasan konsumen dapat diukur dengan 3 hal yaitu:

##### 1) Produk (*product*).

Sebuah produk dirancang untuk memuaskan keinginan pasar. Produk tidak sekedar sebuah barang, tapi meliputi barang fisik, jasa, organisasi, gagasan dan ide-ide. Produk atau jasa dari sebuah perusahaan hendaknya harus aman bagi konsumen, baik bila konsumen menggunakannya, dan penampilan atau penyajian memiliki daya tarik.

##### 2) Pelayanan (*service*).

Perusahaan melakukan identifikasi melalui faktor-faktor yaitu: fleksibel dalam penggunaan, perawatannya mudah, dan fleksibel.

##### 3) Penyampaian (*delivery*).

Perusahaan melakukan identifikasi melalui faktor-faktor yaitu:

a) Barang dapat dikirim dalam waktu singkat, sedangkan jasa dalam penyampaian atau pelayanan mudah didapat dan tidak berbelit-belit.

b) Barang tidak mudah rusak, sedangkan jasa tidak membosankan.

c) Disampaikan dengan cara sopan dan hormat sekali.

Berdasarkan pendapat di atas kepuasan konsumen dapat diukur dengan produk, pelayanan, dan penyampaian. Selain itu, metode yang dapat digunakan dalam pengukuran kepuasan menurut Fandy Tjiptono (2003: 104-105), yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (*Customer Centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2) *Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

### 3) *Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

### 4) Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

Berdasarkan uraian pendapat di atas terdapat beberapa ukuran mengenai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen bisa diukur dengan beberapa metode yang telah dijelaskan. Pengukuran bertujuan agar perusahaan dapat memahami seberapa puas konsumen terhadap kualitas barang maupun pelayanan yang telah diberikan.

## 2. Harga

### a. Pengertian Harga

Harga atau *price* merupakan nilai atau ukuran dari suatu barang atau jasa. Secara lebih luas, harga merupakan keseluruhan nilai yang

ditukarkan konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. (Indriyo Gitosudarmo, 2014: 272) “Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya”. Harga didefinisikan sebagai ukuran seberapa besar uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang. Menurut Rambat Lupiyoadi (2013: 136) “Harga adalah berbagai manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa yang dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengonsumsi jasa tersebut”. Harga merupakan perbandingan antara manfaat suatu produk dengan pengorbanan yang dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang diukur dengan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa. Harga juga berpengaruh langsung pada suatu perusahaan, karena dapat menjadi ukuran konsumen dalam memutuskan akan mengonsumsi barang atau jasa tersebut atau tidak mengonsumsinya.

#### **b. Tujuan Penetapan Harga**

Tujuan penetapan harga merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan perlu melakukan penetapan harga terhadap suatu barang atau jasa yang dikelolanya. Penetapan harga tergantung pada tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan

tersebut. Tujuan penetapan harga menurut Indriyo Gitosudarmo (2014: 276) yaitu:

- 1) Mencapai target pengembalian investasi atau tingkat penjualan neto suatu perusahaan.
- 2) Memaksimalkan profit.
- 3) Alat persaingan terutama untuk perusahaan sejenis.
- 4) Menyeimbangkan harga itu sendiri.
- 5) Sebagai penentu *market share*, karena dengan harga tertentu dapat diperkirakan kenaikan penurunan penjualan.

Beberapa tujuan penetapan harga oleh perusahaan. Penetapan harga lebih menekankan pada tujuan untuk pencapaian target penjualan. Penetapan harga juga mempertimbangkan kualitas produk dari perusahaan tersebut. Selain itu, berguna bagi perusahaan karena penetapan harga menjadi alat persaingan dengan perusahaan sejenis.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009: 76-78) tujuan penetapan harga ada lima, yaitu: 1) kemampuan bertahan; 2) laba saat ini maksimum; 3) pangsa pasar maksimum; 4) pemerahan pasar maksimum; dan 5) kepemimpinan kualitas produk.

- 1) Kemampuan bertahan.

Kemampuan bertahan sebagai tujuan utama saat perusahaan mengalami persaingan ketat atau keinginan konsumen yang berubah.

- 2) Laba saat ini maksimum.

Perusahaan berusaha menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini dengan memperkirakan harga

alternatif, namun perusahaan mengorbankan kinerja jangka panjang.

3) Pangsa pasar maksimum.

Perusahaan ingin memaksimalkan pangsa pasar dan percaya bahwa semakin tinggi jumlah penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba semakin tinggi.

4) Pemerahan pasar maksimum.

Perusahaan memaksimalkan pemerahan pasar dengan cara membuat terobosan atau teknologi baru dan menetapkan harga yang tinggi.

5) Kepemimpinan kualitas produk.

Perusahaan ingin produk mereka menjadi pemimpin kualitas produk dengan mempertimbangkan kualitas, kemewahan dan harga yang tinggi. Perusahaan menawarkan merek trendi dan eksklusif. Produk yang berhasil menjadi pemimpin kualitas dimaksudkan sebagai produk unggulan.

Berdasarkan pendapat di atas, penetapan harga bertujuan agar perusahaan mengalami perkembangan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Karena harga berpengaruh tidak hanya pada perusahaan tetapi juga pada konsumen. Konsumen cenderung melihat kualitas dan harga dari produk yang sejenis atau perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Harga pesaing merupakan pertimbangan bagi konsumen.



### c. Persepsi Konsumen Mengenai Harga

Persepsi merupakan anggapan atau cara pandang seseorang terhadap suatu hal. Konsumen memiliki persepsi mengenai harga yang berbeda terhadap suatu barang atau jasa. Menurut J. Paul Pater dan Jerry C. Olson (2000: 228) “Persepsi harga (*price perceptions*) berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka”. Persepsi harga dimaksudkan berkaitan dengan pemahaman konsumen mengenai informasi dari harga suatu produk.

Persepsi harga dapat dikatakan pandangan konsumen mengenai harga. Menurut Freddy Rangkuti (2008: 103) “Persepsi harga adalah biaya relatif yang harus konsumen keluarkan untuk memperoleh produk atau jasa yang ia inginkan”. Dengan demikian persepsi harga merupakan ukuran biaya untuk mendapatkan suatu barang yang dilakukan oleh konsumen.

Berdasarkan pengertian di atas persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi akan harga bisa dipahami seluruhnya oleh konsumen. Harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen sehingga dapat mempengaruhi sikap konsumen. Pada tingkat harga tertentu yang telah ditetapkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas dan senang apabila manfaat yang

mereka dapat sebanding atau melebihi dari nominal uang yang mereka keluarkan.

#### **d. Faktor-faktor dalam Menetapkan Harga**

Konsumen memiliki pandangan tersendiri terhadap harga, terutama saat mengonsumsi barang atau jasa. Konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk memutuskan mengonsumsi atau tidak barang atau jasa tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga. Fandy Tjiptono (1997: 157-158) menjelaskan bahwa persepsi harga dapat diukur melalui 5 aspek yang meliputi:

##### **1) Daya Beli**

Daya beli adalah kemampuan konsumen dalam membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu, dengan tingkat harga tertentu, pada pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.

##### **2) Kemampuan untuk Membeli**

Kemampuan konsumen dalam membeli barang mencakup tentang perilaku, kebiasaan, preferensi konsumen dan kecenderungan permintaan masa lalu.

##### **3) Gaya Hidup Pelanggan**

Gaya hidup dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Gaya hidup akan mempengaruhi dimana konsumsi dilakukan, bagaimana konsumsi dilakukan, kapan konsumsi

dilakukan dan apakah yang dikonsumsi. Hal-hal yang dilakukan oleh konsumen merupakan hal yang dapat menunjang, mendukung, maupun meningkatkan konsep diri dan gaya hidup mereka.

#### 4) Manfaat Produk

Manfaat produk merupakan manfaat yang secara langsung dan tidak langsung dapat dinikmati setelah melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Konsumen cenderung melihat dari segi manfaat ketika akan membeli barang atau jasa.

#### 5) Harga Produk Lain

Konsumen cenderung melihat harga dari produk lain atau pesaing. Hal ini menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen dalam keputusan membeli produk atau menggunakan suatu jasa.

Sedangkan menurut Zeithaml, Bitner dan Gremler (2009: 436), minat beli konsumen akan dipengaruhi oleh faktor-faktor dari harga yaitu:

- 1) Konsumen membandingkan harga suatu produk dengan harga pesaingnya. Harga-harga pesaing akan mempengaruhi tingkat permintaan terhadap produk yang ditawarkan sehingga harga pesaing harus turut diperhitungkan dalam proses penetapan harga.

- 2) Konsumen mengharapkan harga produk yang sesuai dengan kuantitas dan kualitas yang ditawarkan.
- 3) Minat beli konsumen dapat juga dipengaruhi oleh harga yang fleksibel (*flexibility price*). *Fleksibility price* adalah harga yang digunakan dengan jalan menetapkan harga yang berbeda pada pasar yang berlaianan atas dasar lokasi geografis, waktu penyampaian atau pengiriman, atau kompleksitas produk yang diharapkan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam menetapkan harga, perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor-faktor tersebut. Menetapkan harga harus benar-benar teliti, tepat dan sesuai. Konsumen akan membeli suatu produk dan jasa jika konsumen setuju dengan penawaran harga yang diberikan.

### **3. Kualitas Pelayanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan anggapan baik dari mutu suatu produk atau jasa. Kualitas berkaitan dengan pelayanan, yaitu bagaimana sebuah jasa melayani konsumennya dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (2000: 51) “Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian”. Definisi yang hampir sama dirumuskan Goetsh dan

Davis (dalam Fandy Tjiptono, 2000: 5) “Bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Pengertian kualitas pelayanan didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atas keunggulan pelayanan jasa sesuai dengan harapan konsumen. Lovelock (Fandy Tjiptono, 2000: 59), menyebutkan “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan”.

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen dipersepsikan sebagai kualitas yang unggul atau bisa dikatakan ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan kurang optimal. Oleh karena itu, kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Menurut Moenir (dalam Hessel Nogi S. Tangkilisan 2005: 208) agar pelayanan dapat memuaskan orang atau kelompok orang yang dilayani, maka pelaku yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok yaitu :

1) Tingkah laku yang sopan

Pelayanan yang baik memperhatikan setiap sikap atau perikalunya terhadap konsumen. Kriteria sopan meliputi sopan dalam berpenampilan, sopan dalam tutur kata, dan menjaga etika kepada siapa saja tanpa membedakan.

2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.

Cara menyampaikan yaitu berkaitan dengan memberikan pelayanan, bantuan, dan informasi kepada konsumen. Penyampaian harus memperhatikan bahasa yang baik dan benar, intonasi yang halus, dan disampaikan dengan jelas.

3) Waktu menyampaikan yang tepat

Waktu menyampaikan pelayanan, informasi dan bantuan harus tepat waktu, cepat dan sigap. Jangan sampai membuat konsumen menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pelayanan.

4) Keramahtamahan.

Pelayanan juga memperhatikan faktor keramahtamahan. Keramahtamahan yaitu sikap sapaan secara langsung atau bertatapmuka dengan konsumen. Kriteria ramah meliputi menerapkan 3S (senyum, salam, dan sapa) dan menjalin komunikasi yang baik terhadap konsumen.

Berdasarkan penjelasan tersebut, ada empat kriteria pokok yang menjadi landasan suatu perusahaan dalam menentukan kualitas pelayanan yang baik bagi konsumen, yaitu tingkah laku yang sopan, cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu menyampaikan yang tepat, dan keramahtamahan. Kriteria tersebut yang digunakan sebagai indikator untuk mengukur kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang baik mencakup keempat kriteria tersebut.

#### **b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan tindakan nyata seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa. Pihak lain yang dimaksud adalah konsumen, sedangkan konsumen memiliki selera, harapan dan kebutuhan yang berbeda-beda. Apabila perusahaan memberikan pelayanan yang sesuai, maka dapat dikatakan bahwa kualitas perusahaan tersebut baik. Sunarto (2003: 244) mengidentifikasikan tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu:

##### **1) Kinerja**

Tingkat absolut kinerja yang menjadi kunci identifikasi oleh konsumen.

##### **2) Interaksi pegawai**

Terkait keramahan, sikap hormat, dan empati yang ditunjukkan pegawai dalam memberikan pelayanan.

3) Keandalan

Konsistensi dari kinerja terhadap barang atau jasa.

4) Daya tahan

Rentan waktu produk atau jasa tersebut bertahan dari berbagai macam pesaing yang ada.

5) Ketepatan waktu dan kenyamanan

Terkait seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan, diserahkan atau diperbaiki.

6) Estetika

Lebih pada penampilan dari daya tarik penyajian jasa atau penampilan fisik barang.

7) Kesadaran akan merek

Kesadaran akan merek memiliki dampak positif atau negatif atas kualitas yang tampak dari hasil evaluasi konsumen yang mengenal merek tersebut.

Berdasarkan pendapat di atas kualitas memiliki banyak dimensi secara umum. Konsumen menjadikan dimensi ini sebagai acuan penilaian dari pelayanan. Pendapat lain menurut Parasuraman, et.all (Rambat Lupiyoadi, 2001: 148) terdapat lima dimensi *service quality* yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.



1) *Tangible*

Bukti fisik, yaitu penampilan (baik sarana maupun prasarana fisik) dan keadaan lingkungan sekitar merupakan bagian dari pelayanan dari pemberi jasa. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan dan penampilan pegawai.

2) *Reliability*

Keandalan, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai kinerja yang dijanjikan secara terpercaya, akurat, dan memuaskan.

3) *Responsiveness*

Ketanggapan, yaitu suatu keinginan para pegawai untuk memberikan pelayanan dan membantu konsumen dengan cepat dan tepat dalam penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance*

Jaminan dan kepastian, yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan rasa percaya konsumen. Jaminan dan kepastian terdiri dari komponen-komponen, yaitu komunikasi, kredibilitas, keamanan dan kompetensi.

5) *Empathy*

Empati, yaitu komunikasi yang baik, perhatian yang tulus dan memahami kebutuhan konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas ada lima dimensi dari kualitas pelayanan. Dimensi ini perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam

memutuskan program dan strategi pelayanan. Karena perusahaan harus tetap berorientasi pada kepentingan konsumen.

**c. Faktor-faktor Penyebab Buruknya Kualitas Pelayanan**

Pelayanan yang kurang baik dapat menjadi menghambat berkembangnya perusahaan. Perusahaan harus dapat memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang bisa menyebabkan buruknya kualitas pelayanan, diantaranya menurut Fandy Tjiptono (2008: 96-97):

1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan.

Salah satu karakter unik jasa atau layanan adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Hal ini dapat memunculkan persoalan terkait dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan.

2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi.

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan bisa menjadi masalah kualitas. Adanya faktor-faktor yang mempengaruhi karyawan seperti upah rendah, pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan motivasi kerja rendah.

3) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai.

Keramahan dan kesopanan karyawan menjadi kesan pertama bagi calon pelanggan. Jika keramahan dan kesopanan tidak

menjadi perhatian, kualitas pelayanan bisa dianggap kurang oleh pelanggan.

4) Gap komunikasi

Komunikasi merupakan faktor penting dalam menjalin kontak dengan pelanggan. Bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian negatif terhadap kualitas layanan.

5) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama.

Tidak semua pelanggan bisa menerima pelayanan yang sama. Hal ini menjadi tantangan penyedia layanan untuk dapat memahami perasaan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

6) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan.

Pengembangan layanan dengan menambah layanan baru dan memberikan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, bisa jadi layanan yang didapat oleh konsumen tidak optimal.

7) Visi bisnis jangka pendek.

Visi perusahaan jangka pendek bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

Penjelasan di atas merupakan faktor penyebab buruknya pelayanan. Perusahaan dapat memperbaiki pelayanan dengan melihat faktor tersebut. Selain itu, jika dimensi kualitas pelayanan tidak diterapkan dengan baik dapat menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. Kesenjangan ini bisa menjadi

faktor lain akan persepsi buruknya pelayanan. Rambat Lupiyoadi (2001: 150), menjelaskan lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1) Gap persepsi manajemen.

Perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.

2) Gap spesifikasi kualitas.

Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.

3) Gap penyampaian pelayanan.

Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kesenjangan ini disebabkan oleh faktor: ambiguitas peran, konflik peran, kesesuaian teknologi, system pengendalian atasan dan *team work*.

4) Gap komunikasi pemasaran.

Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

5) Gap dalam pelayanan yang dirasakan.

Perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh konsumen atau pelanggan.

Jadi kesenjangan yang telah dijelaskan di atas bisa menjadi faktor buruk suatu pelayanan jika adanya persepsi yang berbeda antara penyedia layanan dengan pengguna layanan. Oleh karena itu

perlu adanya persamaan persepsi agar tidak terjadi kesenjangan dan menghindari persepsi buruk akan pelayanan.

## **B. Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang relevan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Arlina Nurbaity Lubis dan Martin (Jurnal Manajemen Bisnis Volume 2, Nomor 1, Januari 2009). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSUD Deli Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,659 dengan t hitung 8,197 dan nilai signifikansi 0,000 dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,115 dengan t hitung 6,198 dari nilai signifikansi 0,000.
2. Kurniasih (2012) tentang “Pengaruh Harga dan kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel kepuasan (Studi pada Bengkel AHASS 0002-ASTRA MOTOR Siliwangi Semarang)”. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan sebesar 44,7%, sedangkan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan sebesar 42,8%.
3. Deki Irawan (2009) tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen Warung Apung pondok Roso

Rawa Jombor di Klaten. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan sebesar 109,687 dengan nilai signifikansi 0,000, sedangkan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 7,938 dengan signifikansi 0,006.

### **C. Kerangka Pikir**

#### **1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung**

Harga merupakan hal yang menjadi salah satu pertimbangan oleh konsumen. Terutama jika konsumen kelas menengah ke bawah, harga yang terlalu tinggi atau mahal akan menyebabkan kurang puasnya konsumen. Konsumen kelas menengah ke bawah bisa saja merasa puas dengan pelayanannya, tetapi dengan harga yang terlalu mahal akan dirasa tidak cocok dengan apa yang didupatkannya. Berbeda dengan konsumen kelas menengah ke atas, mereka bisa kurang puas jika yang dibayar hanya murah walaupun dengan pelayanan yang bagus. Karena keberagaman latar belakang konsumen, maka harga menjadi pertimbangan yang utama bagi konsumen ketika hendak membeli atau menggunakan barang dan jasa. Berdasarkan penjelasan tersebut, jadi harga berpengaruh terhadap penentuan kepuasan konsumen.

#### **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

Kualitas dari jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat erat dengan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atau pengunjung. Kualitas pelayanan yang baik akan menarik hati pengunjung agar

kembali berkunjung. Selain itu konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain atau publik tentang jasa yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pengunjung maka pengunjung akan merasa puas dengan apa yang dirasakan. Namun sebaliknya, apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pengunjung maka ketidakpuasan akan dirasakan oleh pengunjung. Jadi kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.

### **3. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung**

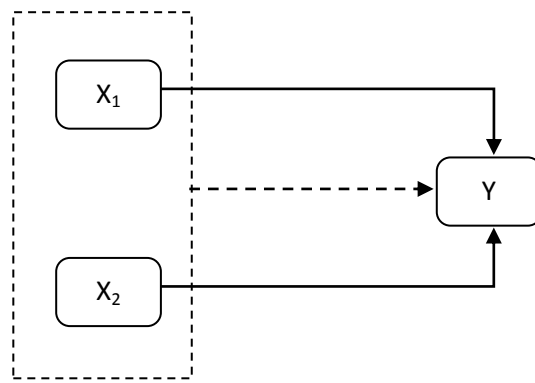
Penetapan harga dari perusahaan dan pemberian kualitas pelayanan yang baik sangat erat hubungannya dalam menciptakan kepuasan pengunjung. Adanya harga dan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan keinginan pengunjung diharapkan kepuasan pengunjung secara tidak langsung juga akan terbentuk. Sebaliknya jika harga dan kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pengunjung maka tidak akan tercipta kepuasan. Terciptanya kepuasan pengunjung diharapkan dapat membuat pengunjung akan loyal terhadap perusahaan.

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu juga berupaya memberikan harga yang sesuai bagi konsumennya dan kualitas pelayanan secara maksimal, hal ini dilakukan agar konsumen merasa puas terhadap

pengelola Taman Wisata Alam Grojogan Sewu. Hal ini dilakukan juga untuk membentuk citra perusahaan yang baik dan diperkuat dengan kualitas pelayanan yang diberikan maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

#### D. Paradigma Penelitian

Paradigma yang dapat digambarkan dalam penelitian ini adalah:



Gambar 1 : Paradigma Penelitian

Keterangan:

$X_1$  = Variabel Harga

$X_2$  = Variabel Kualitas Pelayanan

$Y$  = Variabel Kepuasan Pengunjung

→ = Pengaruh variabel independen (harga dan Kualitas Pelayanan) secara parsial terhadap variabel dependen (Kepuasan Pengunjung)



- > = Pengaruh variabel independen (Harga dan Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Kepuasan Pengunjung)

#### **E. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka berfikir yang telah dikemukakan maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Desain Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto*, karena hanya mengungkapkan data peristiwa yang sudah berlangsung dan telah ada pada responden tanpa memberikan perlakuan atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Penelitian *ex-post facto* dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi. Penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, artinya semua informasi atau data diwujudkan dalam angka dan analisisnya berdasarkan analisis statistik.

##### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah dan dilakukan pada bulan Juli 2016.

##### **C. Variabel Penelitian**

Penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu:

1. Variabel bebas (independent)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus atau variabel yang memberi pengaruh terhadap hasil. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

## 2. Variabel terikat (dependent)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipergunakan atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengunjung (Y).

### **D. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

#### 1. Harga

Harga adalah nilai suatu barang yang diukur dengan sejumlah uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh barang atau jasa. Indikator untuk variabel harga yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor dari harga yang mempengaruhi minat beli konsumen. Terdapat tiga indikator yaitu: konsumen membandingkan dengan harga pesaing, harga produk yang sesuai dengan kuantitas dan kualitas, dan harga yang fleksibel. Apabila suatu produk mampu memenuhi kebutuhan dan mewujudkan harapan pengunjung, maka pada tingkat harga berapapun produk tersebut akan tetap menarik pengunjung.

#### 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah anggapan seseorang kepada pihak lain melalui penyaji produk atau jasa sesuai dengan selera, kebutuhan dan harapan konsumen. Pelayanan agar dapat memuaskan konsumen harus memiliki kriteria tersendiri. Terdapat empat kriteria pokok pelayanan yang baik yaitu : tingkah laku yang sopan, cara penyampaian, waktu menyampaikan yang tepat, dan keramah tamahan.

### 3. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan pengunjung adalah hal yang berkaitan dengan pengunjung dalam menikmati produk jasa dengan merasakan terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan dalam wujud dimensi kualitas layanan dan harga untuk mendapatkan kepuasan. Kepuasan pengunjung diketahui dengan membandingkan antara penilaian terhadap harga dan kualitas layanan yang telah ditetapkan oleh pihak Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, dengan harapan konsumen mendapatkan kepuasan yang sesuai standar yang telah ditetapkan oleh pihak pengelola. Indikator kepuasan antara lain yaitu minat penggunaan ulang, barang atau jasa berkualitas dan kesediaan untuk merekomendasikan.

## E. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung pada Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Pengunjung yang dimaksud adalah seluruh pengunjung yang sesuai dengan batasan yang telah diberikan oleh peneliti.

### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental*

*sampling. Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Karena jumlah populasi pada responden pengunjung tidak diketahui, maka untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Paul Leedy* sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2(1-p)}{E^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel minimal

p = Populasi z

z = Nilai pada Tabel

e = Sampling error (10%)

Berdasarkan rumus di atas, maka harga  $p(1-p)$  maksimal adalah 0,25; dan menggunakan *confidence level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10% maka banyaknya sampel adalah:

$$n = \frac{1,96 (0,25)}{0,1^2} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 100 orang).}$$

Disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik, hal ini dimaksudkan agar memperoleh data yang lengkap, sebagai berikut:

### 1. Kuesioner (angket)

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan daftar pernyataan yang diberikan kepada responden (pengunjung) untuk diisi. Metode kuesioner ini digunakan untuk memperoleh data tentang harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

### 2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk memperoleh data yang sudah tersedia dalam bentuk catatan. Data ini berisi tentang profil wisata, struktur organisasi serta jumlah pengunjung.

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh subjek penelitian. Angket yang digunakan adalah angket tertutup, yaitu angket yang telah dilengkapi dengan alternatif jawaban dan responden tinggal memilihnya. Penskoran yang digunakan dalam instrument yaitu dengan menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi dengan 4 alternatif jawaban. Responden tinggal memberikan tanda *checklist* (✓) pada kolom jawaban yang sudah tersedia. Pernyataan yang disusun sebagai instrumen berupa pernyataan positif. Skor setiap alternatif jawaban seperti tabel 1 berikut ini:

**Tabel 1. Skor Alternatif Jawaban**

Pernyataan		Skor
Sangat Setuju (SS)	Sangat Murah (SMR)	4
Setuju (S)	Murah (MR)	3
Tidak Setuju (TS)	Mahal (MH)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	Sangat Mahal (SMH)	1

Berdasarkan definisi operasional masing-masing variabel, maka dapat disusun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Berikut ini kisi-kisi instrumen pada tabel 2, tabel 3 dan tabel 4:

1. Instrumen Harga

**Tabel 2. Kisi-kisi Instrumen Harga**

No.	Indikator	No Butir	Jumlah
1.	Harga pesaing	1, 2, 3,	3
2.	Harga yang sesuai dengan kualitas dan kuantitas	4, 5, 6, 7	4
3.	Harga yang fleksibel	9, 10, 11	3
	Jumlah		10

2. Instrumen Kualitas Pelayanan

**Tabel 3. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan**

No	Indikator	No butir	Jumlah
1.	Tingkah laku yang sopan	1, 2, 3, 4	4
2.	Cara menyampaikan	5, 6, 7, 8	4
3.	Waktu menyampaikan yang tepat	9, 10, 11, 12	4
4.	Keramahmatan	13, 14, 15, 16	4
	Jumlah		16

3. Instrumen Kepuasan Pengunjung

**Tabel 4. Kisi-kisi Kepuasan Pengunjung**

No.	Indikator	No butir	Jumlah
1.	Minat penggunaan ulang	1, 2, 3, 4	4
2.	Barang atau jasa berkualitas	5, 6, 7, 8	4
3.	Kesediaan untuk merekomendasikan	9, 10, 11	3
	Jumlah		11

## H. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun merupakan instrumen yang baik untuk penelitian, serta untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data pada pengunjung Tawan Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu. Uji coba

instrumen ini dilakukan pada 30 responden di luar responden yang dijadikan sampel dalam penelitian yang sesungguhnya.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mendapatkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini untuk mengukur tingkat kevalidan suatu instrument dengan taraf signifikan 0,05 dilakukan dengan bantuan program komputer. Butir soal kemudian dianalisis dengan bantuan program *SPSS versi 20.0*. Pengujian statistika mengacu pada kriteria:

$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka valid

$r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tidak valid.

Berdasarkan uji validitas dari ketiga variabel yaitu harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung diperoleh hasil 37 pernyataan dinyatakan valid dari 37 pernyataan, artinya semua pernyataan dinyatakan valid. Adapun rincian hasil untuk pengujian validitas instrument pada tabel 5 berikut:

**Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas Butir-butir Pernyataan**

No	Variabel	Jumlah Butir	Butir yang Tidak Valid	No. Pernyataan Tidak Valid	Jumlah Butir Valid
1	Harga	10	-	-	10
2	Kualitas Pelayanan	16	-	-	16
3	Kepuasan Pengunjung	11	-	-	11
	Total	37	-	-	37

Sumber: Data primer yang diolah



## 2. Uji Reliabilitas

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen dikatakan andal (reliabel) apabila tingkat keandalan koefisien  $\geq 0,600$ . Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program *SPSS versi 20.0*. Tes reliabilitas untuk skala likert paling sering menggunakan analisis item, yaitu untuk masing-masing skor item tertentu dikorelasikan dengan skor totalnya. Instrumen dikatakan reliabel jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  dan sebaliknya jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  instrumen dikatakan tidak reliabel. Adapun rincian pedoman pengukuran pada tabel 6 berikut:

**Tabel 6. Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi.**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,0199	Sangat rendah
0,020 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Hasil perhitungan data dapat dilihat pada tabel 7 berikut ini:

**Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel**

No	Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan	Interpretasi
1	Harga	0,853	Reliabel	Sangat kuat
2	Kualitas Pelayanan	0,934	Reliabel	Sangat Kuat
3	Kepuasan Pengunjung	0,872	Reliabel	Sangat Kuat

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai *Alpha Cronbach* semua variabel yaitu: harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung menunjukkan lebih besar dari 0,600. Sehingga dapat dinyatakan bahwa jawaban responden dari variabel-variabel tersebut reliabel dan memiliki interpretasi sangat kuat, sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian sehingga diketahui sebaran datanya. Analisis yang dipakai adalah rata-rata (*mean*), modus, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum. Penyajian data pada analisis deskriptif ini menggunakan distribusi frekuensi, diagram batang. Langkah untuk membuat distribusi frekuensi kelas sebagai berikut:

#### a. Menentukan kelas interval

Menentukan kelas interval digunakan rumus *Struges* yaitu:

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

Keterangan:

K = jumlah kelas interval

n = jumlah data

log = logaritma

#### b. Menghitung rentang data, dengan rumus:

Rentang data = skor tertinggi – skor terendah.

c. Menentukan panjang kelas, dengan rumus:

Panjang kelas = rentang data/jumlah kelas.

Diskripsi data selanjutnya adalah menentukan kecenderungan masing-masing variabel. Skor tersebut kemudian dikelompokkan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi ideal (SDi). Penentuan kedudukan variabel berdasarkan pengelompokan atas 3 rangking, yaitu:

1) Kelompok atas

Semua responden yang mempunyai skor sebanyak skor rata-rata plus satu *Standar Deviasi* ke atas ( $> M_i + 1 SD_i$ ).

2) Kelompok sedang

Semua responden yang mempunyai skor antara skor rata-rata dikurangi 1 standar deviasi dan skor rata-rata ditambah 1 standar deviasi (antara  $M_i - 1 SD_i$  sampai  $M_i + SD_i$ ).

3) Kelompok kurang

Semua responden yang mempunyai skor lebih rendah dari skor rata-rata dikurangi 1 standar deviasi ( $< M_i - 1 SD_i$ ).

d. Histogram

Histogram dibuat berdasarkan data frekuensi yang telah ditampilkan dalam tabel distribusi.

e. *Pie Chart*

*Pie Chart* dibuat berdasarkan data kecenderungan variabel yang telah ditampilkan dalam tabel kecenderungan variabel.

## 2. Uji Prasyarat Analisis Data

Uji prasyarat analisis bertujuan untuk menguji apakah data yang terkumpul memenuhi persyaratan untuk dianalisis atau tidak. Persyaratan yang harus terpenuhi meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas.

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang bersangkutan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada distribusi data digunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan *SPSS versi 20.0*. Guna mengetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel normal atau tidak dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig.* Jika nilai *Asymp. Sig.* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka distribusi data adalah normal.

### b. Uji Linearitas

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linear (mengikuti garis lurus) atau tidak. Guna mengetahui apakah ada hubungan linear atau tidak, maka kedua variabel diuji dengan menggunakan uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{S^2_{TC}}{S^2_G}$$

Keterangan:

$F$  = harga bilangan F garis regresi

$S^2_{TC}$  = rata-rata kuadrat tuna cocok

$S^2_G$  = rata-rata kuadrat galat

Perhitungan statistik untuk hubungan linearitas ini digunakan *SPSS versi 20.0*. Kriteria yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi *linearity*  $\geq 0.05$  maka pengaruh variabel X terhadap Y adalah linier, sedangkan apabila nilai signifikansi *linearity*  $< 0.05$  maka pengaruh antara variabel X terhadap Y tidak linear.

c. Uji Multikolinearitas

Uji asumsi tentang multikolinearitas ini dimaksudkan untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lain. Guna mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, digunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*) dalam program *SPSS versi 20.0*. Kriterianya adalah jika nilai VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF lebih dari 10 maka dikatakan terjadi multikolinearitas.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis pertama dan kedua, yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Adapun hipotesis pertama dan kedua yaitu:

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu.

Penelitian ini akan dianalisis menggunakan regresi sederhana dengan *SPSS versi 20.0*.

b. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya korelasi variabel bebas (pengaruh variabel X1 dan X2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y), dengan analisis regresi ganda akan diketahui indeks korelasi ganda dari kedua variabel bebas terhadap variabel terikat, koefisien determinan serta sumbangan relatif dan efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian ini akan dianalisis menggunakan regresi ganda dengan *SPSS versi 20.0*.

Tampilan hasil penghitungan komputer program *Regression* di atas memberikan informasi sebagai berikut:

1) *Descriptive statistics*

Tampilan ini menyajikan hasil penghitungan statistik deskriptif yang berupa rata-rata hitung, simpangan baku, dan jumlah kasus (N) untuk variabel yang bersangkutan.

## 2) *Correlations*

Tampilan ini menyajikan hasil penghitungan korelasi *Product Moment Pearson* untuk kedua variabel.

## 3) *Model summary*

Tampilan ini antara lain menyajikan hasil penghitungan yang berupa indeks korelasi ganda (R) dan indeks korelasi ganda kuadrat.

## 4) *ANOVA*

Tampilan ini menyajikan hasil analisis regresi, yaitu *anova* (*analysis of variance*). Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, analisis regresi juga menghasilkan nilai F dan hakikatnya juga merupakan kerja analisis varian.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu merupakan tempat wisata yang memiliki air terjun dengan ketinggian  $\pm 81$  meter, yang terletak pada ketinggian  $\pm 900 - 1100$  meter di atas permukaan laut dan berada di kawasan wisata Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Tumbuhan seperti Pinus, Gondang, Kemlandingan Gunung, Beringin, Puspa, dan lain-lain menjadi habitat bermacam-macam satwa. Terutama satwa jenis Monyet Ekor Panjang (*Macaca fascicularis*) merupakan penghuni tetap kawasan ini.

Lokasi Taman Wisata Alam Grojogan Sewu dapat dicapai dari dua arah, yaitu dari Kota Solo dan Kota Madiun di Jawa Timur. Terletak sekitar 45 km ke arah timur dari Kota Solo melewati Karanganyar dan Karangpandan, sedangkan dari Madiun sekitar 75 km ke arah barat daya, melewati Magetan dan Sarangan. Alamat website: [visitgrojogansewu.com](http://visitgrojogansewu.com) dan e-mail: [grojogansewutawangmangu@yahoo.com](mailto:grojogansewutawangmangu@yahoo.com).

Fasilitas-fasilitas yang disediakan di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu yaitu:

1. *Flying fox*
2. *Mini rafting*
3. *Outbound training*
4. Kolam renang (kolam renang untuk anak-anak dan untuk dewasa) yang telah dilengkapi mini *waterblaster*.



5. Kios Makan dan *souvenir*
6. Fasilitas lain, seperti mushola, toilet, panggung, *shelter*, taman bermain anak-anak, jembatan penyeberangan, *photo spot*, dan pos P3K.

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu memiliki tujuh slogan, yang bernama Sapta Pesona Pariwisata di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, yaitu:

1. Aman
2. Tertib
3. Bersih
4. Sejuk
5. Indah
6. Ramah
7. Kenangan

Taman Wisata Alam Grojogan Sewu adalah salah wisata yang dikelola Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam, dan Balai Konservasi Sumber Daya Alam Jawa Tengah. Pengusaha pariwisata alam di kawasan ini dilakukan PT. Duta Indonesia Djaya sebagai pemegang Ijin Pengusahaan Pariwisata Alam (IPPA) sejak tahun 1969.

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan 100 kuesioner

kepada pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah.

#### 1. Harga

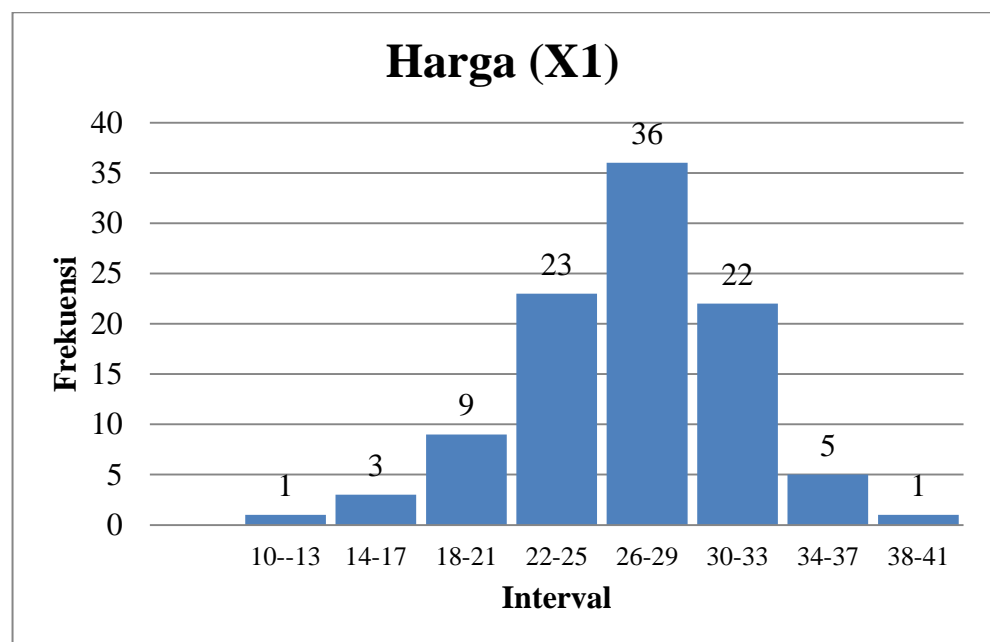
Variabel harga (X1) diukur melalui kuesioner dengan 10 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden diperoleh skor tertinggi 39, skor terendah 13, skor median 27 skor rata-rata 26,53, modus 29 dari data tersebut dan standar deviasinya 4,842. Skor maksimal ideal =  $10 \times 4 = 40$ . Perhitungan banyak kelas dihitung dengan rumus *Sturges Rule* yaitu  $k = 1 + 3,3 \log n$ ; dengan perhitungannya  $= 1 + (3,3) \cdot 2 = 7,6$ , sehingga diperoleh kelas sebanyak 8 kelas. Rentang kelas dapat dihitung dengan rumus = skor maksimum – skor minimum. Rentang data =  $39 - 13 = 26$ . Panjang kelas = rentang data : jumlah kelas interval  $26 : 8 = 3,25$  dibulatkan menjadi 4. Berikut ini disajikan tabel distribusi frekuensi variabel harga :

**Tabel 8. Distribusi Harga (X1)**

No	Interval	Frekuensi	Persentase
1	10-13	1	1%
2	14-17	3	3%
3	18-21	9	9%
4	22-25	23	23%
5	26-29	36	36%
6	30-33	22	22%
7	34-37	5	5%
8	38-41	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel harga tersebut, maka dapat digambarkan histogram distribusi variabel harga dalam Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Histogram Distribusi Frekuensi Harga

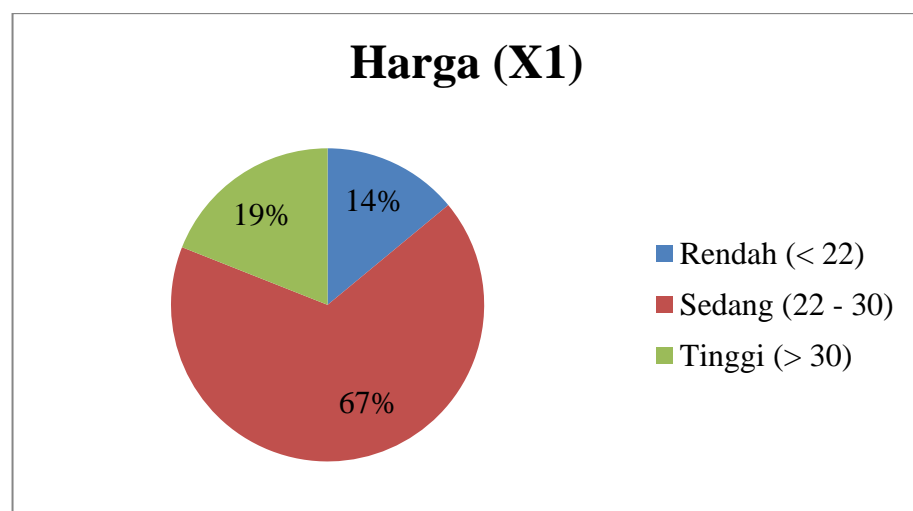
Setelah perhitungan distribusi frekuensi, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk kecenderungan variabel. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh mean ideal ( $M_i$ ) harga adalah 26 dan standar deviasi ideal ( $SD_i$ ) adalah 4. Adapun tabel kecenderungan frekuensi masing-masing kategori dapat dilihat pada tabel 9 sebagai berikut.

**Tabel 9. Kecenderungan Variabel Harga**

No	Kategori	Skor	Persentase
1	Rendah ( $< 22$ )	14	14%
2	Sedang ( $22 - 30$ )	67	67%
3	Tinggi ( $> 30$ )	19	19%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi kecenderungan variabel harga yang berada pada kategori rendah ( $<22$ ) sebanyak 14 pengunjung (14%), pada kategori sedang (22–30) sebanyak 67 pengunjung (67%), dan pada kategori tinggi sebanyak 19 ( $>30$ ) pengunjung (19%). Adapun gambaran kecenderungan variabel harga yang digambarkan dengan *pie chart* pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Kecenderungan Variabel Harga (X1)

Gambar di atas menunjukkan bahwa 14% pengunjung memiliki kecenderungan harga rendah, 67% pengunjung memiliki kecenderungan harga sedang, dan 19% pengunjung memiliki kecenderungan harga tinggi. Berdasarkan data yang disajikan dapat diketahui bahwa paling banyak pada kategori sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa harga tiket masuk pada Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu dapat dikatakan sedang.

## 2. Kualitas Pelayanan

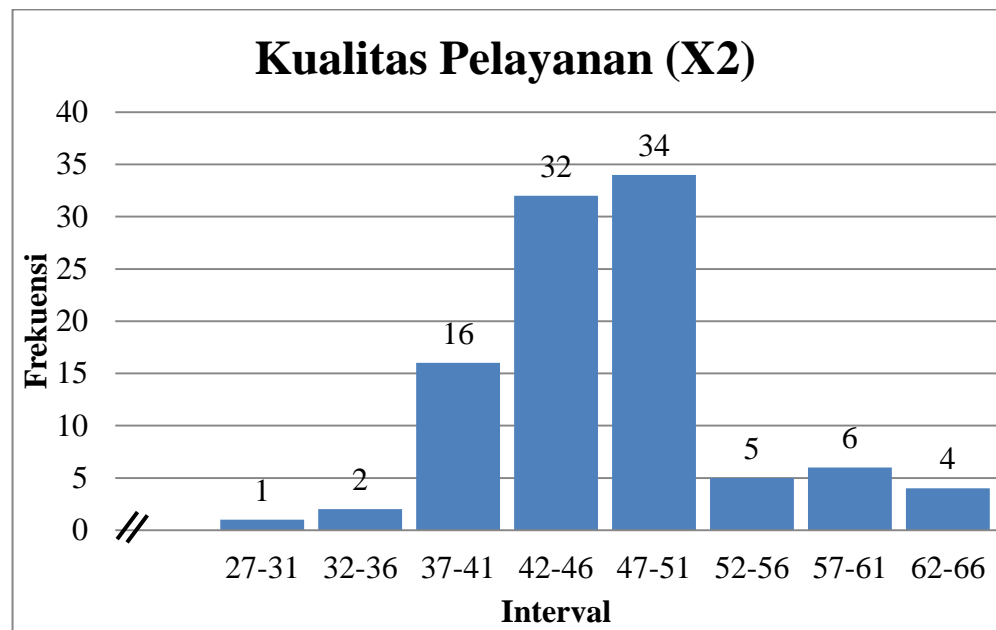
Variabel kualitas pelayanan (X2) diukur melalui kuesioner dengan 16 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden diperoleh skor tertinggi 64, skor terendah 31, skor median 46, skor rata-rata 46,55, modus 48 dari data tersebut dan standar deviasinya 6,344. Skor maksimal ideal =  $16 \times 4 = 64$ . Perhitungan banyak kelas dihitung dengan rumus *Sturges Rule* yaitu  $k = 1 + 3,3 \log n$ ; dengan perhitungan  $= 1 + (3,3) \cdot 2 = 7,6$ , sehingga diperoleh kelas sebanyak 8 kelas. Rentang kelas dapat dihitung dengan rumus = skor maksimum – skor minimum. Rentang data =  $64 - 31 = 33$ . Panjang kelas = rentang data : jumlah kelas interval  $33 : 8 = 4,125$  dibulatkan menjadi 5. Berikut ini disajikan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan :

**Tabel 10. Distribusi Kualitas Pelayanan (X2)**

No	Interval	Frekuensi	Persentase
1	27-31	1	1%
2	32-36	2	2%
3	37-41	16	16%
4	42-46	32	32%
5	47-51	34	34%
6	52-56	5	5%
7	57-61	6	6%
8	62-66	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan tersebut, maka dapat digambarkan histogram distribusi variabel kualitas pelayanan dalam Gambar 4. sebagai berikut :



Gambar 4. Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (X2)

Setelah perhitungan distribusi frekuensi, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk kecenderungan variabel. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh mean ideal ( $M_i$ ) kualitas pelayanan adalah 47,5 dan standar deviasi ideal ( $SD_i$ ) adalah 5,5. Adapun tabel kecenderungan frekuensi masing-masing kategori dapat dilihat pada tabel 11 sebagai berikut:

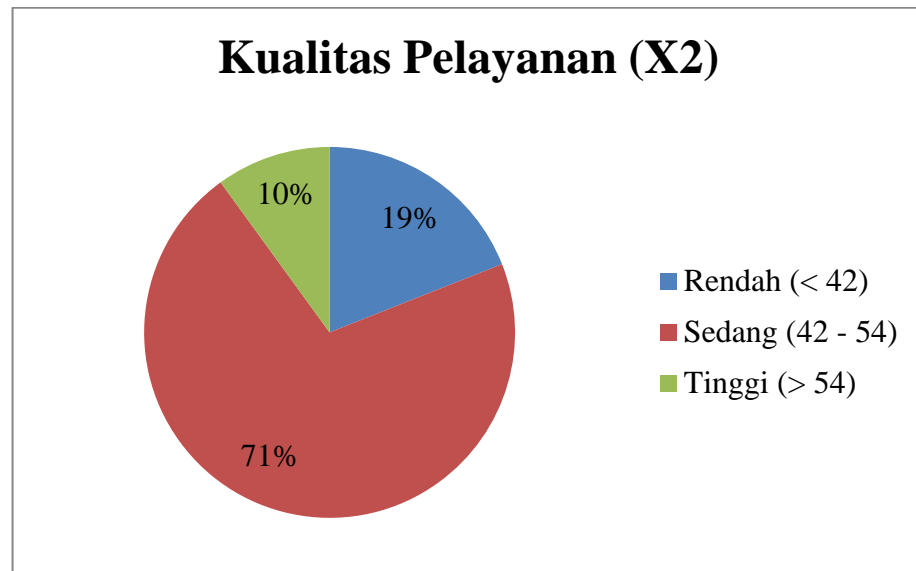
**Tabel 11. Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Kategori	Skor	Persentase
1	Rendah (< 42)	19	19%
2	Sedang( 42 – 54)	71	71%
3	Tinggi (> 54)	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi kecenderungan variabel kualitas pelayanan yang berada pada kategori rendah (<42) sebanyak 19 pengunjung (19%), pada kategori sedang (42–54) sebanyak 71 pengunjung (71%), dan pada kategori tinggi (>54) sebanyak 10 pengunjung (10%).

Adapun gambaran kecenderungan variabel kualitas pelayanan yang digambarkan dengan *pie chart* pada gambar 5 sebagai berikut:



Gambar 5. Kecenderungan Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Gambar di atas menunjukkan bahwa 19% pengunjung memiliki kecenderungan kualitas pelayanan rendah, 71% pengunjung memiliki kecenderungan kualitas pelayanan sedang, dan 10% pengunjung memiliki kecenderungan kualitas pelayanan tinggi. Berdasarkan data yang disajikan dapat diketahui bahwa paling banyak pada kategori sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu dapat dikatakan sedang.

### 3. Kepuasan Pengunjung

Variabel kepuasan pengunjung (Y) diukur melalui kuesioner dengan 11 butir pernyataan. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh 100 responden diperoleh skor tertinggi 44, skor

terendah 16, skor median 30, skor rata-rata 30,58, modus 30 dari data tersebut dan standar deviasinya 4,995. Skor maksimal ideal =  $11 \times 4 = 44$ . Perhitungan banyak kelas dihitung dengan rumus *Sturges Rule* yaitu  $k = 1 + 3,3 \log n$ ; dengan perhitungan  $= 1 + (3,3) \cdot 2 = 7,6$ , sehingga diperoleh kelas sebanyak 8 kelas. Rentang kelas dapat dihitung dengan rumus = skor maksimum – skor minimum. Rentang data =  $44 - 16 = 28$ . Panjang kelas = rentang data : jumlah kelas interval  $28 : 8 = 3,5$  dibulatkan menjadi 4. Berikut ini disajikan tabel distribusi frekuensi variabel kepuasan pengunjung :

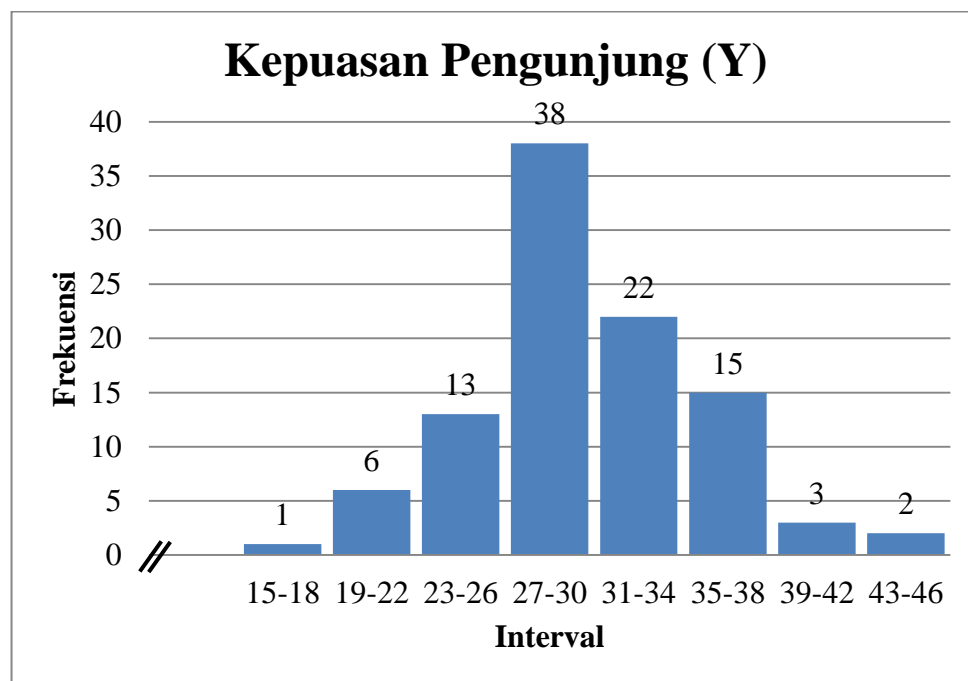
**Tabel 12. Distribusi Kepuasan Pengunjung (Y)**

No	Interval	Frekuensi	Persentase
1	15-18	1	1%
2	19-22	6	6%
3	23-26	13	13%
4	27-30	38	38%
5	31-34	22	22%
6	35-38	15	15%
7	39-42	3	3%
8	43-46	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kepuasan pengunjung tersebut, maka dapat digambarkan histogram distribusi variabel kepuasan pengunjung dalam Gambar 6. sebagai berikut :





Gambar 6. Histogram Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

Setelah perhitungan distribusi frekuensi, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk kecenderungan variabel. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh mean ideal ( $M_i$ ) kepuasan pengunjung adalah 25 dan standar deviasi ideal ( $SD_i$ ) adalah 4,6. Adapun tabel kecenderungan frekuensi masing-masing kategori dapat dilihat pada tabel 13 sebagai berikut:

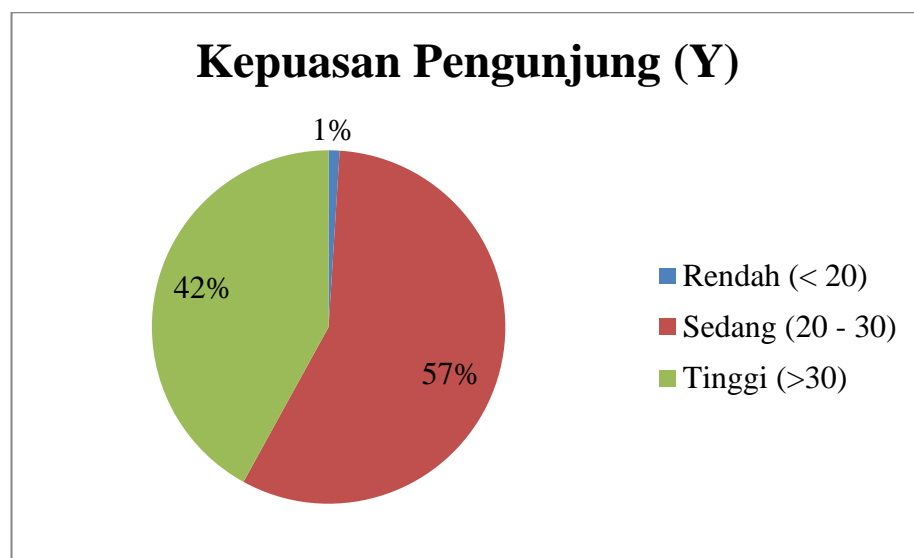
**Tabel 13. Kecenderungan Variabel Kepuasan Pengunjung**

No	Kategori	Skor	Persentase
1	Rendah (< 20)	1	1%
2	Sedang ( 20 – 30)	57	57%
3	Tinggi ( > 30)	42	42%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel distribusi kecenderungan variabel kepuasan pengunjung yang berada pada kategori rendah (<20) sebanyak 1 pengunjung (1%), pada kategori sedang (20–30) sebanyak 57 pengunjung

(57%), dan pada kategori tinggi ( $>30$ ) sebanyak 42 pengunjung (42%). Adapun gambaran kecenderungan variabel kepuasan pengunjung yang digambarkan dengan *pie chart* pada gambar 7 sebagai berikut:



Gambar 7. Kecenderungan Variabel Kepuasan pengunjung (Y)

Gambar di atas menunjukkan bahwa 1% pengunjung memiliki kecenderungan kepuasan pengunjung rendah, 57% pengunjung memiliki kecenderungan kepuasan pengunjung sedang, dan 42% pengunjung memiliki kecenderungan kepuasan pengunjung tinggi. Berdasarkan data yang disajikan dapat diketahui bahwa paling banyak pada kategori sedang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung pada Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu dapat dikatakan sedang.

### C. Hasil Analisis Data

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu perlu dilakukan uji prasyarat analisis. Jika uji masing-masing variabel memenuhi

uji prasyarat analisis, maka pengujian dapat dilanjutkan. Uji prasyarat analisis dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui apakah data pada setiap variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak sebagai persyaratan pengujian hipotesis. Uji normalitas dilakukan pada variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pengunjung (Y). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*.

Guna mengetahui apakah distribusi frekuensi masing-masing variabel dalam penelitian normal atau tidak, maka dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig.* Jika nilai *Asymp. Sig.* lebih besar atau sama dengan 0,05 (5%) maka distribusi data adalah normal. Hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 14 di bawah ini:

**Tabel 14. Ringkasan Uji Normalitas Berdasarkan Alpha**

Variabel	Kolmogrov-Smirnov	Sig.	Alpha	Ket	Kesimpulan
Harga	0,864	0,444	0,05	Sig> 0,05	Normal
Kualitas Pelayanan	1,297	0,069	0,05	Sig> 0,05	Normal
Kepuasan Pengunjung	1,262	0,083	0,05	Sig> 0,05	Normal

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil uji normalitas pada ketiga variabel menunjukkan bahwa nilai Sig. ketiga variabel (harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung) > 0,05 sehingga dapat dikatakan persebarannya normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan terikat dalam penelitian memiliki hubungan yang linier atau tidak. Pengujian linieritas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS 20. Kriteria pengujian linieritas yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka hubungan antara variabel bebas dan terikat bersifat linier. Pengujian linieritas dapat dilihat pada tabel 15 berikut:

**Tabel 15. Rangkuman Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig.	Keterangan	Kesimpulan
Harga dengan Kepuasan Pengunjung	0,103	Sig $> 0,05$	Linier
Kualitas dengan Pelayanan Kepuasan Pengunjung	0,531	Sig $> 0,05$	Linier

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji linieritas di atas maka dapat dilihat bahwa harga dengan kepuasan pengunjung terdapat hubungan yang linear dengan hasil nilai signifikansi  $0,103 > 0,05$ . Selanjutnya kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung menunjukkan hasil  $0,531 > 0,05$  yang menunjukkan adanya hubungan linier.

## 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk memenuhi persyaratan analisis regresi ganda yaitu untuk mengetahui terjadinya multikolinearitas dalam hubungan antara variabel bebas. Adapun untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas atau tidak, peneliti menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Penentuan terjadi multikolinearitas atau tidak, apabila nilai VIF kurang dari 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, dan

sebaliknya jika nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 16 berikut:

**Tabel 16. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Keterangan
Harga	1,664	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	1,664	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, nilai VIF menunjukkan bahwa tidak ada satupun dari kedua variabel independen yang memiliki nilai lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam regresi ini.

#### **D. Hasil Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana dengan satu prediktor untuk menguji hipotesis pertama dan kedua. Pengujian hipotesis ketiga menggunakan teknik analisis regresi ganda dengan dua prediktor. Kedua teknik analisis ini menggunakan bantuan program *SPSS Statistics 20.0 for Windows*.

##### **1. Hipotesis 1**

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga (X1) terhadap kepuasan pengunjung (Y).

Pengujian H1 dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 17 di bawah ini:

**Tabel 17. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengunjung.**

<i>Constant</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<i>Adj R Square</i>	<b>t-Statistik</b>	<b>F</b>	<i>Sig</i>
10,996	0,738	0,716	0,512	0,507	10,139	102,799	0,000

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 17, dapat dibuat suatu persamaan untuk Hipotesis 1 (H1), yaitu:

$$Y = 10,996 + 0,738 X_1$$

Berdasarkan data nilai koefisien regresi harga sebesar 0,738 artinya terdapat hubungan positif antara harga dengan kepuasan pengunjung. Nilai R sebesar 0,716 yang berarti lebih dari 0 atau bernilai positif, nilai R lebih dari 0 atau bernilai positif maka kolerasi positif, sebaliknya jika R kurang dari nol maka bernilai negatif atau tidak ada kolerasi. Nilai R sebesar 0,716 menggambarkan bahwa hubungan antara harga dengan kepuasan pengunjung bernilai positif atau terdapat kolerasi. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,512 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga sebesar 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan *analysis of variance* (ANOVA) dapat diketahui nilai statistik F hitung sebesar 102,799 dan F tabel dari sampel yang berjumlah 100 sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti signifikan, sedangkan nilai t hitung sebesar 10,139 (di atas nilai t tabel yaitu 1,984) mengindikasikan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti terdapat pengaruh

signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Berdasarkan nilai koefisien regresi (0,738),  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $102,799 > 3,09$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,139 > 1,984$ ) maka  $H_1$  diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung.

## 2. Hipotesis 2

$H_2$ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).

Pengujian  $H_2$  dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 18 di bawah ini:

**Tabel 18. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.**

<i>Constant</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<b>R</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<i>Adj R Square</i>	<b>t-Statistik</b>	<b>F</b>	<i>Sig</i>
5,941	0,529	0,672	0,452	0,446	8,989	80,796	0,000

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 18, dapat dibuat suatu persamaan untuk Hipotesis 2 ( $H_2$ ), yaitu:

$$Y = 5,941 + 0,529 X_2$$

Berdasarkan data nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,529 artinya terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung, semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengunjung. Nilai R sebesar 0,672 lebih dari 0 atau bernilai positif, nilai R lebih dari 0 atau bernilai positif maka korelasi positif, sebaliknya jika R kurang dari nol maka bernilai negatif atau tidak ada korelasi. Nilai R sebesar 0,672 menggambarkan bahwa

hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pengunjung bernilai positif atau menggambarkan adanya korelasi yang positif. Nilai koefisien determinan (*R Square*) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan sebesar 45,2%, sedangkan sisanya 54,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan *analysis of variance* (ANOVA) dapat diketahui nilai statistik *F* hitung sebesar 80,796 dan *F* tabel dari sampel yang berjumlah 100 sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti signifikan, sedangkan nilai *t* hitung sebesar 8,989 (di atas nilai *t* tabel yaitu 1,984) mengindikasikan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini juga didukung dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Berdasarkan nilai koefisien regresi (0,738),  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $80,796 > 3,09$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,989 > 1,984$ ) maka  $H_2$  diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung.

### 3. Hipotesis 3

$H_3$ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pengunjung ( $Y$ ).



**Tabel 19. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung.**

Model	Constant	Unstandarized Coefficiennts	R	R2	Adj R Square	t-Statistik	F	Sig
1	3,899	(b1) 0,499	0,770	0,593	0,584	5,791	70,574	0,000
2		(b2) 0,289				4,385		0,000

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 19, maka dapat dibuat persamaan untuk Hipotesis 3 (H3) sebagai berikut:

$$Y = 3,899 + 0,499 X1 + 0,289 X2$$

Berdasarkan data nilai koefisien regresi harga diperoleh nilai sebesar 0,499 dan kualitas pelayanan sebesar 0,289 artinya terdapat hubungan positif antara harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung, semakin tinggi harga dan kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pengunjung.

Berdasarkan *analysis of variance* (ANOVA) dapat diketahui nilai statistik F hitung sebesar 70,574 dan F tabel dari sampel yang berjumlah 100 sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti signifikan. Melihat nilai F hitung sebesar 70,574 dengan tingkat signifikansi atau probabilitas  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung.

## **E. Pembahasan**

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah (Y).**

Hasil uji hipotesis 1 menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Jika harga telah sesuai dengan yang diharapkan, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,529 dengan signifikansi 0,000.

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,512 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung yang dijelaskan oleh harga sebesar 51,2%, sedangkan sisanya 48,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini. Selain itu nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $102,799 > 3,09$ ) dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $10,139 > 1,984$ ) pada taraf signifikansi 5% yang berarti  $H_1$  dapat diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dengan kepuasan pengunjung. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Deki Irawan (2009) yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pengunjung adalah harga. Konsumen memiliki persepsi yang berbeda terhadap harga. Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari

setiap konsumen tidak harus sama. Penilaian tergantung pada persepsi konsumen yang dilatarbelakangi oleh keadaan ekonomi, lingkungan sosial dan kondisi individu.

Harga merupakan ukuran yang relatif bagi setiap konsumen. Bagi konsumen yang sensitif biasanya harga murah menjadi sumber kepuasan yang penting, namun harga ini tidak menjadi pertimbangan penting bagi mereka yang tidak sensitif harga. Sensitif harga adalah tingkatan di mana dan bagaimana perilaku konsumen bisa dipengaruhi oleh harga suatu produk atau layanan. Konsumen yang sensitif terhadap harga cenderung akan mempertimbangkan besarnya harga dan kerap berkomentar negatif ketika membayar suatu produk atau jasa, padahal perusahaan menganggap harga yang diterapkan sudah sesuai. Sebaliknya konsumen yang tidak sensitif terhadap harga cenderung tidak begitu mempertimbangkan harga ketika melakukan pembelian, konsumen lebih memikirkan kualitas yang diperolehnya.

Penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukan, sedangkan persepsi yang negatif merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya. Berdasarkan penjelasan tersebut, menunjukkan

bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dalam penelitian ini konsumen diartikan sebagai pengunjung.

**2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah (Y).**

Hasil uji hipotesis 2 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Jika kualitas pelayanan baik, maka kepuasan pengunjung akan semakin meningkat. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,529 dengan signifikansi 0,000.

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,452 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung yang dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 45,2 % sedangkan sisanya 54,8% dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini. Selain itu nilai  $F$  hitung  $> F$  tabel ( $80,796 > 3,09$ ) dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $8,989 > 1,984$ ) pada taraf signifikansi 5 % yang berarti  $H_2$  dapat diterima bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Deki Irawan (2009) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arlin Nurbaity Lubis dan Martin (2009) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu penentu keberhasilan perusahaan. Lovelock (Fandy Tjiptono, 2000: 59) menyebutkan “Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan”. Perusahaan memiliki tingkatan keunggulan yang berbeda dalam kualitas pelayanan, contohnya unggul dalam promosi bisa berupa desain iklan atau brosur yang menarik, berdasarkan tingkat keunggulan tersebut perusahaan dapat memenuhi harapan setiap konsumennya.

Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Pelayanan yang seperti inilah yang dipersepsikan sebagai pelayanan berkualitas dan ideal. Kualitas pelayanan merupakan kunci dari tercapainya kepuasan. Baik tidaknya kualitas pelayanan barang atau jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Harapan konsumen tersebut tercermin pada kriteria pokok agar pelayanan memuaskan yaitu tingkah laku yang sopan, cara penyampaian sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, waktu penyampaian yang tepat dan keramah tamahan.

Pelayanan yang baik atau yang sudah sesuai dengan harapan konsumen akan menjadikan konsumen puas begitu juga sebaliknya jika pelayanan kurang baik atau kurang sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas. Berdasarkan penjelasan tersebut maka kualitas pelayanan harus menjadi fokus perhatian perusahaan.

### **3. Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah (Y).**

Hasil uji hipotesis 3 menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Hal ini dibuktikan dengan Uji F, diperoleh nilai hasil F hitung 70,574 dengan signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ), sehingga dinyatakan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengunjung. Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,593 maka model regresi variabel harga dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan pengunjung sebesar 59,3%. Angka ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung sebesar 59,3%, sedangkan sisanya 40,7 % dijelaskan oleh sebab-sebab lain di luar penelitian ini.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Deki Irawan (2009) yang menyatakan bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan nilai manfaat dari suatu produk yang dapat memenuhi harapan konsumen. Jika produk atau jasa memiliki manfaat yang dirasakan konsumen sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika produk atau jasa memiliki manfaat tapi tidak

sesuai dengan harapan maka konsumen merasa tidak puas. Kepuasan merupakan tujuan utama dan sasaran perusahaan. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Berdasarkan penjelasan dan data yang telah diuraikan di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung.

#### **F. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini meskipun sudah diupayakan optimal, namun masih terdapat keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Jumlah variabel yang dilibatkan masih terbatas. Temuan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain harga dan kualitas pelayanan terdapat faktor lain seperti kualitas produk, emosional dan biaya yang digunakan dalam studi mengenai kepuasan pengunjung.
2. Uji coba instrumen dilakukan di tempat yang sama yaitu Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu sebanyak 30 pengunjung, sehingga sulit mencari dan memastikan bahwa 30 pengunjung tersebut benar-benar di luar responden sampel sebanyak 100 responden.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi  $t$  hitung harga sebesar 10,139 lebih besar dari  $t$  tabel 1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Adapun besar pengukuran harga terhadap kepuasan pengunjung yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,512 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga sebesar 51,2%.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi  $t$  hitung harga sebesar 8,989 lebih besar dari  $t$  tabel 1,984 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Adapun besar pengukuran harga terhadap kepuasan pengunjung yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 4,52 menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga sebesar 45,2%.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata



4. Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi F hitung harga sebesar 70,574 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Adapun besar pengukuran harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengunjung yaitu dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,593. Sehingga menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan sebesar 59,3%.

## **B. Saran**

1. Bagi Pengelola Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu

Harga dan kualitas pelayanan perlu diperhatikan, karena berdasarkan hasil penelitian keduanya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pengunjung. Terutama dari segi harga yang berpengaruh sebesar 51,2% terhadap kepuasan pengunjung. Berdasarkan besarnya pengaruh tersebut, diharapkan pihak pengelola memperhatikan pengaruh kenaikan dari harga tiket, serta memberikan inovasi dengan mengadakan promo harga tiket masuk pada saat tertentu sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan menjaga loyalitas pengunjung

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengunjung. Selain itu, karena uji instrumen di tempat yang

sama, perlu memastikan kelengkapan identitas pada kuesioner agar 30 pengunjung dalam uji instrumen tersebut benar-benar di luar responden sampel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ari Sudarman. 2011. *Teori Ekonomi Mikro Buku 1. Edisi IV*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 1997. *Strategi Pemasaran. Edisi II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Management. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Freddy Rangkuti. 2008. *The Power of Brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Handi Irawan. 2002. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Hessel Nogi S. Tangkilisan. 2005. *Management Publik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana.
- Indriyo Gitosudarmo. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. (Jilid 2) Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Mahmud Machfoedz. 2005. *Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Oka A. Yoeti. 2003. *Tours and travel marketing*. Jakarta: Pradya Paramita.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rezki Teguh, dkk. 2015. Pengaruh Fasilitas Wisata dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Museum Satwa). *Jurnal administrasi bisnis*. Vol. 25 No. 1, hal 1-9.

- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman Rosyidi. 2011. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Yogyakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Sutrisno Hadi. 2004. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, Bitner dan Gremler. 2009. *Service Marketing - Integrating Customer Focus Across the Firm*. New York: Mc. Graw – Hill.

# LAMPIRAN

## **LAMPIRAN 1**

- 1. Koesioner Uji Instrumen**
- 2. Rekap Data Uji Instrumen**
- 3. Hasil Uji Validitas**
- 4. Hasil Uji Reliabilitas**

## Lampiran 1. Kuesioner Uji Instrumen

### SURAT PENGANTAR

Kepada

Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu  
di Karanganyar

Dengan hormat,

Bersama surat ini perkenankanlah saya memohon kesediaan saudara untuk mengisi angket penelitian saya dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi saya yang berjudul

*“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah”*

Angket ini hanya untuk mengumpulkan data mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Saya berharap saudara dapat mengisi angket ini dengan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas bantuan dan partisipasi saudara semua, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Desi Kurnia Rahmawati

## ANGKET (KUESIONER)

A. Petunjuk pengisian angket:

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (✓) dari pertanyaan/ Pernyataan di bawah ini:

SS	: Sangat setuju	SMR	: Sangat Murah
S	: Setuju	MR	: Murah
TS	: Tidak Setuju	MH	: Mahal
STS	: Sangat Tidak Setuju	SMH	: Sangat Mahal
3. Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu dalam satu nomor.

### B. Identitas responden

Nama :  
Umur :  
Jenis kelamin :

### C. Daftar pernyataan

## I. Skala Harga

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SMR	MR	MH	SMH
1	Harga tiket masuk Taman Wisata Grojogan Sewu Tawangmangu ...				
2	Harga tiket masuk wisata lain yang sejenisnya ...				

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
3	Harga tiket masuk cukup bersaing				
4	Harga tiket masuk sesuai dengan layanan yang diberikan				
5	Harga tiket masuk sesuai dengan banyaknya manfaat yang didapat				
6	Harga tiket masuk sesuai dengan banyaknya fasilitas yang didapat				
7	Harga tiket masuk sesuai dengan kualitas pariwisata				
8	Harga tiket masuk sesuai dengan pemandangan yang didapat				
9	Harga tiket masuk wajar (masuk akal)				
10	Harga tiket masuk terjangkau				



## II. Skala Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Karyawan menjaga penampilan				
2	Karyawan menjaga perkataan/tutur kata				
3	Karyawan menghormati pengunjung				
4	Karyawan menerima kritikan dengan santun				
5	Karyawan memberikan informasi dengan halus kepada pengunjung				
6	Karyawan melayani pengunjung dengan tulus				
7	Karyawan memberikan informasi kepada pengunjung dengan jelas				
8	Karyawan bersedia membantu pengunjung ketika mendapat masalah				
9	Pelayanan yang diberikan karyawan sudah sesuai dengan aturan				
10	Pelayanan yang diberikan karyawan sangat cepat				
11	Pelayanan informasi yang disampaikan karyawan sudah tepat waktu				
12	Karyawan memberikan bantuan dengan sigap				
13	Karyawan bersikap ramah kepada pengunjung				
14	Karyawan menyapa pengunjung dengan santun				
15	Karyawan tersenyum kepada pengunjung				
16	Karyawan menjalin komunikasi dengan baik kepada pengunjung				

### III. Skala Kepuasan Pengunjung

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya akan berkunjung kembali ke obyek wisata ini				
2	Saya merasa senang ketika berada di obyek wisata ini				
3	Saya beberapa kali mengunjungi obyek wisata ini				
4	Obyek wisata ini merupakan obyek wajib yang saya datangi ketika liburan				
5	Kualitas dari obyek wisata ini sangat baik				
6	Saya merasa puas akan baiknya pelayanan yang diberikan				
7	Saya merasa tidak ada keluhan akan pelayanan pada obyek wisata ini				
8	Saya merasa tidak ada keluhan akan harga pada obyek wisata ini				
9	Saya akan merekomendasikan obyek wisata ini kepada teman-teman				
10	Saya akan memaparkan keindahan obyek wisata ini agar orang lain tertarik untuk berkunjung				
11	Saya akan mengajak teman-teman untuk wisata kesini				

## Lampiran 2. Rekap Data Uji Instrumen

### A. Harga (X1)

Harga											
No	Butir Soal										$\Sigma$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	21
2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	1	18
3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	34
4	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	23
5	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	28
6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
7	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	27
8	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	23
9	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	31
10	2	1	3	3	2	2	2	1	1	1	18
11	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	27
12	3	2	3	3	3	2	4	3	4	4	31
13	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	29
14	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
15	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	28
16	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	25
17	2	2	3	2	1	1	2	2	2	1	18
18	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	22
19	1	2	1	3	3	3	2	2	2	2	21
20	3	3	3	2	2	3	3	4	3	1	27
21	3	2	3	2	2	4	2	2	3	1	24
22	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	29
23	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26
24	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	32
25	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
26	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	25
27	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	25
28	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	24
29	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	26
30	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	28

**B. Kualitas Pelayanan (X2)**

<b>Kualitas Pelayanan</b>																	
<b>No</b>	<b>Butir Soal</b>																$\Sigma$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	50
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	43
3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	50
4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	42
5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	48
6	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	59
7	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	4	2	50
8	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	45
9	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
10	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	42
11	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	46
12	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	62
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	47
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	46
15	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	47
16	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	46
17	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	31
18	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37
19	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	40
20	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	51
21	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	41
22	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	49
23	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	38
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
25	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	48
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
27	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	41
28	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	43
29	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	43
30	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	43

### C. Kepuasan Pengunjung

Kepuasan Pengunjung												
No	Butir Soal											$\Sigma$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	2	33
2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	31
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	36
4	2	2	3	2	2	1	1	2	3	1	1	20
5	2	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	22
6	2	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	36
7	4	3	2	3	3	2	3	4	3	2	4	33
8	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	30
9	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	32
10	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	30
11	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
12	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	35
13	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	35
14	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
15	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	26
16	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	29
17	2	3	2	1	3	2	2	2	3	3	3	26
18	2	4	2	4	4	1	1	2	2	2	2	26
19	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	21
20	4	3	3	3	2	3	3	2	4	3	2	32
21	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	31
22	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	38
23	3	3	1	3	3	2	3	1	3	3	3	28
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
25	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	36
26	3	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	24
27	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	28
28	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	29
29	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	31
30	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31

### Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

#### A. Harga (X1)

Correlations												
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.653	.448	.358	.367	.391	.199	.614	.519	.474	.758
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.052	.046	.033	.291	.000	.003	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	.653	1	.122	.091	.351	.240	.185	.699	.401	.509	.651
	Sig. (2-tailed)	.000		.520	.631	.057	.201	.327	.000	.028	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	.448	.122	1	.240	.257	.191	.274	.293	.388	.200	.504
	Sig. (2-tailed)	.013	.520		.201	.171	.312	.142	.116	.034	.290	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	.358	.091	.240	1	.573	.350	.369	.327	.155	.408	.577
	Sig. (2-tailed)	.052	.631	.201		.001	.058	.045	.078	.414	.025	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	.367	.351	.257	.573	1	.535	.411	.303	.276	.660	.721
	Sig. (2-tailed)	.046	.057	.171	.001		.002	.024	.104	.141	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson Correlation	.391	.240	.191	.350	.535	1	.297	.367	.282	.174	.577
	Sig. (2-tailed)	.033	.201	.312	.058	.002		.112	.046	.131	.357	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	.199	.185	.274	.369	.411	.297	1	.501	.162	.274	.563
	Sig. (2-tailed)	.291	.327	.142	.045	.024	.112		.005	.391	.143	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	Pearson Correlation	.614	.699	.293	.327	.303	.367	.501	1	.528	.507	.790
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.116	.078	.104	.046	.005		.003	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pearson Correlation	.519	.401	.388	.155	.276	.282	.162	.528	1	.567	.665
	Sig. (2-tailed)	.003	.028	.034	.414	.141	.131	.391	.003		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson Correlation	.474	.509	.200	.408	.660	.174	.274	.507	.567	1	.746
	Sig. (2-tailed)	.008	.004	.290	.025	.000	.357	.143	.004	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.758	.651	.504	.577	.721	.577	.563	.790	.665	.746	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.001	.000	.001	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## B. Kualitas Pelayanan (X2)

		Correlations																	
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	item_16	skor_total	
item_1	Pearson Correlation	1	.811	.732	.522	.503	.350	.518	.528	.495	.446	.259	.312	.280	.657	.410	.381	.694	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.005	.058	.003	.003	.005	.014	.166	.093	.134	.000	.024	.038	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_2	Pearson Correlation	.811	1	.555	.308	.474	.448	.427	.404	.567	.557	.356	.213	.084	.540	.416	.477	.648	
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.098	.008	.013	.019	.027	.001	.001	.053	.259	.661	.002	.022	.008	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_3	Pearson Correlation	.732	.555	1	.623	.609	.228	.429	.528	.393	.548	.454	.535	.595	.760	.564	.562	.785	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.225	.018	.003	.032	.002	.012	.002	.001	.000	.001	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_4	Pearson Correlation	.522	.308	.623	1	.892	.281	.528	.561	.311	.442	.504	.575	.624	.538	.272	.392	.725	
	Sig. (2-tailed)	.003	.098	.000		.000	.132	.003	.001	.094	.014	.004	.001	.000	.002	.146	.032	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_5	Pearson Correlation	.503	.474	.609	.892	1	.381	.524	.587	.478	.544	.566	.565	.527	.505	.285	.475	.771	
	Sig. (2-tailed)	.005	.008	.000	.000		.038	.003	.001	.008	.002	.001	.001	.003	.004	.128	.008	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_6	Pearson Correlation	.350	.448	.228	.281	.381	1	.342	.386	.368	.313	.370	.325	.207	.384	.094	.521	.510	
	Sig. (2-tailed)	.058	.013	.225	.132	.038		.064	.035	.045	.092	.044	.080	.271	.036	.623	.003	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_7	Pearson Correlation	.518	.427	.429	.528	.524	.342	1	.634	.623	.548	.648	.653	.490	.575	.512	.375	.781	
	Sig. (2-tailed)	.003	.019	.018	.003	.003	.064		.000	.000	.002	.000	.000	.006	.001	.004	.041	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_8	Pearson Correlation	.528	.404	.526	.561	.587	.386	.634	1	.481	.568	.537	.615	.414	.486	.243	.358	.719	
	Sig. (2-tailed)	.003	.027	.003	.001	.001	.035	.000		.007	.001	.002	.000	.023	.006	.197	.052	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_9	Pearson Correlation	.495	.567	.393	.311	.478	.368	.623	.481	1	.572	.529	.439	.332	.475	.428	.433	.694	
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.032	.094	.008	.045	.000	.007		.001	.003	.015	.073	.008	.018	.017	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_10	Pearson Correlation	.446	.557	.548	.442	.544	.313	.548	.568	.572	1	.697	.513	.349	.631	.630	.487	.780	
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.002	.014	.002	.092	.002	.001	.001		.000	.004	.059	.000	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_11	Pearson Correlation	.259	.356	.454	.504	.566	.370	.648	.537	.529	.697	1	.728	.546	.559	.409	.559	.773	
	Sig. (2-tailed)	.166	.053	.012	.004	.001	.044	.000	.002	.003	.000		.000	.002	.001	.025	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_12	Pearson Correlation	.312	.213	.535	.575	.565	.325	.653	.615	.439	.513	.728	1	.523	.461	.383	.392	.724	
	Sig. (2-tailed)	.093	.259	.002	.001	.001	.080	.000	.000	.015	.004	.000		.003	.010	.036	.032	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_13	Pearson Correlation	.280	.084	.595	.624	.527	.207	.490	.414	.332	.349	.546	.523	1	.523	.381	.391	.641	
	Sig. (2-tailed)	.134	.661	.001	.000	.003	.271	.006	.023	.073	.059	.002	.003		.003	.038	.033	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_14	Pearson Correlation	.657	.540	.760	.538	.505	.384	.575	.486	.475	.631	.559	.461	.523	1	.648	.702	.827	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.002	.004	.036	.001	.006	.008	.000	.001	.010	.003		.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_15	Pearson Correlation	.410	.416	.564	.272	.285	.094	.512	.243	.428	.630	.409	.383	.381	.648	1	.572	.656	
	Sig. (2-tailed)	.024	.022	.001	.146	.128	.623	.004	.197	.018	.000	.025	.036	.038	.000		.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
item_16	Pearson Correlation	.381	.477	.562	.392	.475	.521	.375	.358	.433	.487	.559	.392	.391	.702	.572	1	.714	
	Sig. (2-tailed)	.038	.008	.001	.032	.008	.003	.041	.052	.017	.006	.001	.032	.033	.000	.001		.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
skor_total	Pearson Correlation	.694	.648	.785	.725	.771	.510	.781	.719	.694	.780	.773	.724	.641	.827	.656	.714	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### C. Kepuasann Pengunjung (Y)

Correlations												
	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	skor_total
item_1	1	.149	.257	.495	.058	.448	.625	.326	.537	.345	.566	.672
		.433	.171	.005	.760	.013	.000	.079	.002	.062	.001	.000
		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	.149	1	.276	.628	.599	.200	.103	.265	.231	.335	.427	.534
	.433		.140	.000	.000	.289	.589	.157	.220	.070	.018	.002
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	.257	.276	1	.493	.353	.396	.207	.458	.538	.401	.261	.649
	.171	.140		.006	.056	.030	.272	.011	.002	.028	.164	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	.495	.628	.493	1	.480	.119	.215	.372	.516	.219	.330	.668
	.005	.000	.006		.007	.530	.254	.043	.004	.244	.075	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	.058	.599	.353	.480	1	.231	.059	.433	.443	.429	.359	.582
	.760	.000	.056	.007		.219	.759	.017	.014	.018	.051	.001
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	.448	.200	.396	.119	.231	1	.689	.472	.383	.542	.352	.663
	.013	.289	.030	.530	.219		.000	.008	.037	.002	.056	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	.625	.103	.207	.215	.059	.689	1	.522	.310	.498	.526	.662
	.000	.589	.272	.254	.759	.000		.003	.096	.005	.003	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_8	.326	.265	.458	.372	.433	.472	.522	1	.419	.281	.400	.688
	.079	.157	.011	.043	.017	.008	.003		.021	.133	.029	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	.537	.231	.538	.516	.443	.383	.310	.419	1	.629	.477	.759
	.002	.220	.002	.004	.014	.037	.096	.021		.000	.008	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	.345	.335	.401	.219	.429	.542	.498	.281	.629	1	.701	.721
	.062	.070	.028	.244	.018	.002	.005	.133	.000		.000	.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_11	.566	.427	.261	.330	.359	.352	.526	.400	.477	.701	1	.722
	.001	.018	.164	.075	.051	.056	.003	.029	.008	.000		.000
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	.672	.534	.649	.668	.582	.663	.662	.688	.759	.721	.722	1
	.000	.002	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

#### A. Harga (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	10

*Alpha Cronbach's* sebesar 0,853 ( $0,853 > 0,600$ ) menunjukkan bahwa

Variabel Harga (X1) adalah **Reliabel**.



### B. Kualitas Pelayanan (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	16

*Alpha Cronbach's* sebesar 0,934 ( $0,934 > 0,600$ ) menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah **Reliabel**.

### C. Kepuasan Pengunjung (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	11

*Alpha Cronbach's* sebesar 0,872 ( $0,872 > 0,600$ ) menunjukkan bahwa Variabel Kepuasan Pengunjung (Y) adalah **Reliabel**.

## **LAMPIRAN 1**

**5. Koesioner Penelitian**

**6. Rekap Data Penelitian**

**7. Hitungan Tabel Distribusi Frekuensi**

**8. Deskriptif Statistik**

**9. Hasil Uji Normalitas**

**10. Hasil Uji Linieritas**

**11. Hasil Uji Multikolinearitas**

**12. Hasil Uji Hipotesis 1**

**13. Hasil Uji Hipotesis 2**

**14. Hasil Uji Hipotesis 3**

## Lampiran 5. Kuesioner Penelitian

### SURAT PENGANTAR

Kepada

Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu  
di Karanganyar

Dengan hormat,

Bersama surat ini perkenankanlah saya memohon kesediaan saudara untuk mengisi angket penelitian saya dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi saya yang berjudul

*“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah”*

Angket ini hanya untuk mengumpulkan data mengenai harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung. Saya berharap saudara dapat mengisi angket ini dengan jawaban yang sejujurnya sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas bantuan dan partisipasi saudara semua, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Desi Kurnia Rahmawati

## ANGKET (KUESIONER)

A. Petunjuk pengisian angket:

1. Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada kolom yang sudah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (✓) dari pertanyaan/ Pernyataan di bawah ini:

SS : Sangat setuju	SMR : Sangat Murah
S : Setuju	MR : Murah
TS : Tidak Setuju	MH : Mahal
STS : Sangat Tidak Setuju	SMH : Sangat Mahal
3. Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu dalam satu nomor.

### B. Identitas responden

Nama :  
Umur :  
Jenis kelamin :

### C. Daftar pernyataan

## I. Skala Harga

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SMR	MR	MH	SMH
1	Harga tiket masuk Taman Wisata Grojogan Sewu Tawangmangu ...				
2	Harga tiket masuk wisata lain yang sejenisnya ...				

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
3	Harga tiket masuk cukup bersaing				
4	Harga tiket masuk sesuai dengan layanan yang diberikan				
5	Harga tiket masuk sesuai dengan banyaknya manfaat yang didapat				
6	Harga tiket masuk sesuai dengan banyaknya fasilitas yang didapat				
7	Harga tiket masuk sesuai dengan kualitas pariwisata				
8	Harga tiket masuk sesuai dengan pemandangan yang didapat				
9	Harga tiket masuk wajar (masuk akal)				
10	Harga tiket masuk terjangkau				

## II. Skala Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Karyawan menjaga penampilan				
2	Karyawan menjaga perkataan/tutur kata				
3	Karyawan menghormati pengunjung				
4	Karyawan menerima kritikan dengan santun				
5	Karyawan memberikan informasi dengan halus kepada pengunjung				
6	Karyawan melayani pengunjung dengan tulus				
7	Karyawan memberikan informasi kepada pengunjung dengan jelas				
8	Karyawan bersedia membantu pengunjung ketika mendapat masalah				
9	Pelayanan yang diberikan karyawan sudah sesuai dengan aturan				
10	Pelayanan yang diberikan karyawan sangat cepat				
11	Pelayanan informasi yang disampaikan karyawan sudah tepat waktu				
12	Karyawan memberikan bantuan dengan sigap				
13	Karyawan bersikap ramah kepada pengunjung				
14	Karyawan menyapa pengunjung dengan santun				
15	Karyawan tersenyum kepada pengunjung				
16	Karyawan menjalin komunikasi dengan baik kepada pengunjung				

### III. Skala Kepuasan Pengunjung

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya akan berkunjung kembali ke obyek wisata ini				
2	Saya merasa senang ketika berada di obyek wisata ini				
3	Saya beberapa kali mengunjungi obyek wisata ini				
4	Obyek wisata ini merupakan obyek wajib yang saya datangi ketika liburan				
5	Kualitas dari obyek wisata ini sangat baik				
6	Saya merasa puas akan baiknya pelayanan yang diberikan				
7	Saya merasa tidak ada keluhan akan pelayanan pada obyek wisata ini				
8	Saya merasa tidak ada keluhan akan harga pada obyek wisata ini				
9	Saya akan merekomendasikan obyek wisata ini kepada teman-teman				
10	Saya akan memaparkan keindahan obyek wisata ini agar orang lain tertarik untuk berkunjung				
11	Saya akan mengajak teman-teman untuk wisata kesini				

## Lampiran 6. Rekap Data Penelitian

### A. Harga

HARGA											
RESPONDEN	BUTIR SOAL										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	29
2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	1	22
3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	18
4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	26
5	1	2	3	2	3	3	3	2	1	2	22
6	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23
7	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	36
8	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
9	4	3	3	3	3	3	4	2	1	1	27
10	2	3	2	3	4	2	3	2	4	1	26
11	2	2	2	2	2	2	2	4	1	1	20
12	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	23
13	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
14	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
15	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
16	2	3	1	3	3	1	3	4	4	3	27
17	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	28
18	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
19	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	27
20	3	3	3	2	4	2	3	3	3	2	28
21	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	21
22	2	4	3	3	3	2	3	4	4	4	32
23	1	3	1	3	2	1	2	3	1	3	20
24	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	24
25	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	27
29	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	26
30	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	31
31	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	32
32	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	30
33	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
34	4	4	1	2	4	1	3	1	3	2	25

HARGA											
RESPONDEN	BUTIR SOAL										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	31
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
37	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	33
38	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	32
39	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
40	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	29
41	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
42	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	30
43	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	32
44	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	30
45	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	25
46	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
47	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	31
48	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	33
49	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	26
50	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	27
51	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	30
52	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	34
53	3	2	3	2	4	2	2	4	3	3	28
54	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	31
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56	3	3	2	3	3	2	3	1	3	1	24
57	2	3	3	3	2	3	1	2	3	3	25
58	3	3	1	4	3	2	4	1	1	2	24
59	2	3	2	2	1	1	3	3	1	2	20
60	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	26
61	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	29
62	1	2	2	2	2	2	3	1	2	1	18
63	3	2	3	2	2	4	2	2	3	1	24
64	2	2	2	2	3	3	1	1	3	3	22
65	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	21
66	3	2	3	3	3	2	4	3	4	4	31
67	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	13
68	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	27
69	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	34
70	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	29
71	1	2	1	3	3	3	2	2	2	2	21
72	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	24



HARGA											
RESPONDEN	BUTIR SOAL										TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
73	2	2	3	2	1	1	2	2	2	1	18
74	2	1	3	3	2	2	2	1	1	1	18
75	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	26
76	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	26
77	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	27
78	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26
79	3	3	3	2	2	3	3	4	3	1	27
80	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	23
81	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	25
82	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	25
83	2	2	3	3	3	3	1	2	3	2	24
84	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	23
85	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	28
86	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	25
87	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	32
88	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
89	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	23
90	3	3	3	2	3	2	2	2	4	3	27
91	2	2	3	3	4	4	4	2	2	2	28
92	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	35
93	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
94	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	31
95	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	26
96	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	15
97	1	2	3	3	2	2	2	3	3	2	23
98	1	3	2	1	2	1	1	1	2	1	15
99	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	15
100	1	2	3	3	3	3	3	1	2	1	22



KUALITAS PELAYANAN																	
RESPONDEN	BUTIR SOAL																TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
33	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	43
34	4	4	2	3	3	2	2	4	1	3	2	3	1	3	3	3	43
35	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	42
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
37	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	57
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
39	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	44
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
42	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	45
43	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
44	3	3	3	2	3	3	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	39
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	46
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
47	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	51
48	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	57
49	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	39
50	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	42
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	3	49
52	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	60
53	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	53
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	45
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
56	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
57	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	45
58	4	4	3	2	1	3	2	4	3	3	1	1	2	3	2	2	40
59	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	42
60	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	1	4	3	2	3	44
61	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	49
62	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	43
63	3	4	3	2	3	3	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	40
64	3	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	37
65	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	50
66	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	62

KUALITAS PELAYANAN																	
RESPONDEN	BUTIR SOAL																TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
67	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	46
68	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	46
69	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	49
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	47
71	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	41
72	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	43
73	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	31
74	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	42
75	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	47
76	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	43
77	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	4	2	50
78	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	38
79	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	51
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
81	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
82	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	2	47
83	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	41
84	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
85	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	43
86	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
88	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	59
89	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	45
90	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	46
91	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	48
92	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	48
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	46
94	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
95	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
96	3	3	3	2	2	3	1	1	2	1	2	1	3	3	1	1	32
97	2	3	3	2	2	3	2	3	2	1	1	2	3	3	2	1	35
98	3	2	3	1	3	1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	38
99	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	41
100	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	1	1	44



KEPUASAN PENGUNJUNG												
RESPONDEN	BUTIR SOAL											TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
37	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	36
38	3	3	3	3	4	1	3	3	3	4	4	34
39	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	39
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
41	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34
42	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	40
43	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	34
44	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	29
45	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	26
46	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	29
47	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
48	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	36
49	3	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	24
50	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	30
51	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	39
52	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	38
53	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	32
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
56	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	26
57	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	30
58	3	3	4	2	2	3	1	1	3	3	4	29
59	2	2	3	2	2	1	1	2	3	1	1	20
60	3	2	2	1	4	3	1	2	4	3	3	28
61	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	38
62	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	30
63	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	30
64	2	4	2	4	4	1	1	2	2	2	2	26
65	2	3	3	2	4	4	3	4	3	3	2	33
66	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	35
67	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	30
68	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	30
69	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	36
70	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	35
71	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	21
72	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	29
73	2	3	2	1	3	2	2	2	3	3	3	26
74	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	30

KEPUASAN PENGUNJUNG												
RESPONDEN	BUTIR SOAL											TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
75	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	33
76	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	30
77	4	3	2	3	3	2	3	4	3	2	4	33
78	3	3	1	3	3	2	3	1	3	3	3	28
79	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	30
80	3	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	24
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
82	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	26
83	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	28
84	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	30
85	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	30
86	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
88	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	37
89	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	30
90	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	29
91	2	3	1	1	2	3	2	2	2	2	2	22
92	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	36
93	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
94	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	32
95	3	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	33
96	3	3	1	1	2	3	3	2	2	1	1	22
97	3	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	26
98	1	3	2	3	3	3	1	1	3	2	3	25
99	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	16
100	2	3	2	1	3	2	2	1	1	2	3	22

## Lampiran 7. Hitungan Tabel Distribusi Frekuensi

### Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Data Harga

#### 1. Menentukan Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3 (2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,8 \\
 &\approx 8
 \end{aligned}$$

#### 2. Menentukan Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data} &= \text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum} \\
 &= 39 - 13 \\
 &= 26
 \end{aligned}$$

#### 3. Menentukan Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang Data} : \text{Jumlah Data} \\
 &= 26 : 8 \\
 &= 3,2 \\
 &\approx 4
 \end{aligned}$$

#### 4. Menghitung Distribusi Kecenderungan Variabel

$$\begin{aligned}
 \text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (X \text{ max} + X \text{ min}) \\
 &= \frac{1}{2} (39 + 13) \\
 &= \frac{1}{2} (52) \\
 &= 26
 \end{aligned}$$



$$\begin{aligned}
 \text{Standar Deviasi Ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (X \text{ max} - X \text{ min}) \\
 &= \frac{1}{6} (39 - 13) \\
 &= 4,3 \\
 &\approx 4
 \end{aligned}$$

## 5. Penentuan Kategori

$$\begin{aligned}
 \text{a. Tinggi} &= > Mi + 1Si \\
 &= > 26 + 1(4) \\
 &= > 26 + 4 \\
 &= > 30 \\
 \text{b. Sedang} &= Mi - 1Si \text{ s/d } Mi + 1Si \\
 &= 26 - 1(4) \text{ s/d } 26 + 1(4) \\
 &= 22 \text{ s/d } 30 \\
 \text{c. Rendah} &= < Mi - 1Si \\
 &= < 26 - 1(4) \\
 &= < 26 - 4 \\
 &= < 22
 \end{aligned}$$

## Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan

### 1. Menentukan Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 K &= 1 + 3,3 \log 100 \\
 &= 1 + 3,3(2) \\
 &= 1 + 6,6 \\
 &= 7,8 \\
 &\approx 8
 \end{aligned}$$

## 2. Menentukan Rentang Data

$$\begin{aligned}\text{Rentang Data} &= \text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum} \\ &= 64 - 31 \\ &= 33\end{aligned}$$

## 3. Menentukan Panjang Kelas

$$\begin{aligned}\text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang Data} : \text{Jumlah Data} \\ &= 33 : 8 \\ &= 4,1 \\ &\approx 4\end{aligned}$$

## 4. Menghitung Distribusi Kecenderungan Variabel

$$\begin{aligned}\text{Mean ideal (Mi)} &= \frac{1}{2} (\text{X max} + \text{X min}) \\ &= \frac{1}{2} (64 + 31) \\ &= 47,5 \\ &\approx 48\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Standar Deviasi Ideal (SDi)} &= \frac{1}{6} (\text{X max} - \text{X min}) \\ &= \frac{1}{6} (64 - 31) \\ &= 5,5 \\ &\approx 6\end{aligned}$$

## 5. Penentuan Kategori

$$\begin{aligned}\text{a. Tinggi} &= > \text{Mi} + 1\text{Si} \\ &= > 48 + 1 (6) \\ &= > 48 + 6\end{aligned}$$

$$= > 54$$

$$\begin{aligned} \text{b. Sedang} &= Mi - 1Si \text{ s/d } Mi + 1Si \\ &= 48 - 1(6) \text{ s/d } 48 + 1(6) \\ &= 42 \text{ s/d } 54 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{c. Rendah} &= < Mi - 1Si \\ &= < 48 - 1(6) \\ &= < 48 - 6 \\ &= < 42 \end{aligned}$$

### **Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Kepuasan Pengunjung**

#### **1. Menentukan Jumlah Kelas Interval**

$$\begin{aligned} K &= 1 + 3,3 \log 100 \\ &= 1 + 3,3 (2) \\ &= 1 + 6,6 \\ &= 7,8 \\ &\approx 8 \end{aligned}$$

#### **2. Menentukan Rentang Data**

$$\begin{aligned} \text{Rentang Data} &= \text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum} \\ &= 44 - 16 \\ &= 28 \end{aligned}$$

#### **3. Menentukan Panjang Kelas**

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang Data} : \text{Jumlah Data} \\ &= 28 : 8 \\ &= 3,5 \end{aligned}$$

$$\approx 4$$

#### 4. Menghitung Distribusi Kecenderungan Variabel

$$\text{Mean ideal (Mi)} = \frac{1}{2} (X \text{ max} + X \text{ min})$$

$$= \frac{1}{2} (44 + 16)$$

$$= 25$$

$$\text{Standar Deviasi Ideal (SDi)} = \frac{1}{6} (X \text{ max} - X \text{ min})$$

$$= \frac{1}{6} (44 - 16)$$

$$= 4,6$$

$$\approx 5$$

#### 5. Penentuan Kategori

$$\text{a. Tinggi} \quad = > \text{Mi} + 1\text{Si}$$

$$= > 25 + 1(5)$$

$$= > 25 + 5$$

$$= > 30$$

$$\text{b. Sedang} \quad = \text{Mi} - 1\text{Si s/d Mi} + 1\text{Si}$$

$$= 25 - 1(5) \text{ s/d } 25 + 1(5)$$

$$= 20 \text{ s/d } 30$$

$$\text{c. Rendah} \quad = < \text{Mi} - 1\text{Si}$$

$$= < 25 - 1(5)$$

$$= < 25 - 5$$

$$= < 20$$

### Lampiran 8. Deskriptif Statistik

Statistics				
		harga	kualitas_pelayanan	kepuasan_pengunjung
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		26.5300	46.5500	30.5800
Std. Error of Mean		.48419	.63443	.49953
Median		27.0000	46.0000	30.0000
Mode		29.00	48.00	30.00
Std. Deviation		4.84185	6.34429	4.99531
Variance		23.444	40.250	24.953
Range		26.00	33.00	28.00
Minimum		13.00	31.00	16.00
Maximum		39.00	64.00	44.00
Sum		2653.00	4655.00	3058.00

### Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		harga	kualitas_pelayanan	kepuasan_pengunjung
N		100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	26.5300	46.5500	30.5800
	Std. Deviation	4.84185	6.34429	4.99531
Most Extreme Differences	Absolute	.086	.130	.126
	Positive	.049	.130	.126
	Negative	-.086	-.061	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.864	1.297	1.262
Asymp. Sig. (2-tailed)		.444	.069	.083

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Lampiran 10. Hasil Uji Linieritas

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Kepuasan_pengunjung * Harga	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%
Kepuasan_pengunjung * Kualitas_pelayanan	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%

### Kepuasan\_pengunjung \* Harga

#### Report

Kepuasan\_pengunjung

Harga	Mean	N	Std. Deviation
13.00	30.0000	1	.
15.00	21.0000	3	4.58258
18.00	28.0000	4	2.30940
20.00	23.0000	3	4.35890
21.00	26.6667	3	6.02771
22.00	26.2500	4	3.09570
23.00	27.0000	6	3.09839
24.00	28.1667	6	1.47196
25.00	29.0000	7	2.70801
26.00	29.1111	9	2.93447
27.00	29.4444	9	2.06828
28.00	30.3750	8	3.85218
29.00	34.4000	10	4.32563
30.00	33.0000	8	4.27618
31.00	34.0000	6	1.26491
32.00	37.4000	5	4.09878
33.00	36.0000	2	.00000
34.00	37.6667	3	1.52753
35.00	36.0000	1	.
36.00	38.0000	1	.
39.00	37.0000	1	.
Total	30.5800	100	4.99531

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_pengunjung * Harga	Between Groups (Combined)	1586.857	20	79.343	7.095	.000
	Linearity	1264.702	1	1264.702	113.086	.000
	Deviation from Linearity	322.155	19	16.956	1.516	.103
	Within Groups	883.503	79	11.184		
	Total	2470.360	99			

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan_pengunjung * Harga	.716	.512	.801	.642

**Kepuasan\_pengunjung \* Kualitas\_pelayanan****Report**

Kepuasan\_pengunjung

Kualitas_pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
31.00	26.0000	1	.
32.00	22.0000	1	.
35.00	26.0000	1	.
37.00	26.0000	1	.
38.00	24.6667	3	3.51188
39.00	26.5000	2	3.53553
40.00	28.2500	4	1.70783
41.00	24.3333	6	4.84424
42.00	28.6000	5	5.17687
43.00	28.9091	11	2.98176
44.00	29.0000	4	7.16473
45.00	32.0000	6	4.14729
46.00	29.5000	6	1.97484
47.00	30.5000	6	3.83406
48.00	30.8000	15	4.19524
49.00	35.0000	6	3.34664
50.00	33.3333	3	.57735
51.00	31.7500	4	2.75379
52.00	35.5000	2	2.12132
53.00	33.5000	2	2.12132
54.00	30.0000	1	.
57.00	36.0000	2	.00000
59.00	37.0000	3	1.00000
60.00	38.0000	1	.
62.00	33.5000	2	2.12132
64.00	44.0000	2	.00000
Total	30.5800	100	4.99531

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_pengunjung * Kualitas_pelayanan	Between Groups	(Combined)	1436.684	25	57.467	4.114	.000
		Linearity	1116.332	1	1116.332	79.917	.000
		Deviation from Linearity	320.353	24	13.348	.956	.531
	Within Groups		1033.676	74	13.969		
	Total		2470.360	99			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan_pengunjung * Kualitas_pelayanan	.672	.452	.763	.582

## Lampiran 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_pelayanan, Harga <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 <sup>a</sup>	.593	.584	3.22075

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_pelayanan, Harga

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1464.159	2	732.080	70.574	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1006.201	97	10.373		
	Total	2470.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_pelayanan, Harga

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.899	2.423		1.609	.111		
	Harga	.499	.086	.484	5.791	.000	.601	1.664
	Kualitas_pelayanan	.289	.066	.367	4.385	.000	.601	1.664

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung



**Coefficient Correlations<sup>a</sup>**

Model			Kualitas_pelayanan	Harga
1	Correlations	Kualitas_pelayanan	1.000	-.632
		Harga	-.632	1.000
	Covariances	Kualitas_pelayanan	.004	-.004
		Harga	-.004	.007

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model Dimension		Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Harga	Kualitas_pelayanan
1	1	2.977	1.000	.00	.00	.00
	2	.016	13.592	.52	.63	.00
	3	.007	20.300	.48	.37	1.00

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

**Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis 1****Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.512	.507	3.50751

a. Predictors: (Constant), Harga

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1264.702	1	1264.702	102.799	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1205.658	98	12.303		
	Total	2470.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. Predictors: (Constant), Harga

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.996	1.963		5.601	.000
	Harga	.738	.073	.716	10.139	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

### Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis 2

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_pelayanan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 <sup>a</sup>	.452	.446	3.71707

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_pelayanan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1116.332	1	1116.332	80.796	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1354.028	98	13.817		
	Total	2470.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_pelayanan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.941	2.766		2.148	.034
	Kualitas_pelayanan	.529	.059	.672	8.989	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

### Lampiran 14. Hasil Uji Hipotesis 3

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas_pelayanan, Harga <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 <sup>a</sup>	.593	.584	3.22075

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_pelayanan, Harga

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1464.159	2	732.080	70.574	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1006.201	97	10.373		
	Total	2470.360	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas\_pelayanan, Harga

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.899	2.423		1.609	.111
	Harga	.499	.086	.484	5.791	.000
	Kualitas_pelayanan	.289	.066	.367	4.385	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_pengunjung

**LAMPIRAN 3****15. Dokumentasi****16. Surat Izin Penelitian**

### Lampiran 15. Dokumentasi



**Gambar 1. Pengisian kuesioner oleh pengunjung**



**Gambar 2. Pengisian kuesioner oleh pengunjung**



**Gambar 3. Suasana sekitar air terjun**



**Gambar 4. Suasana sekitar air terjun**



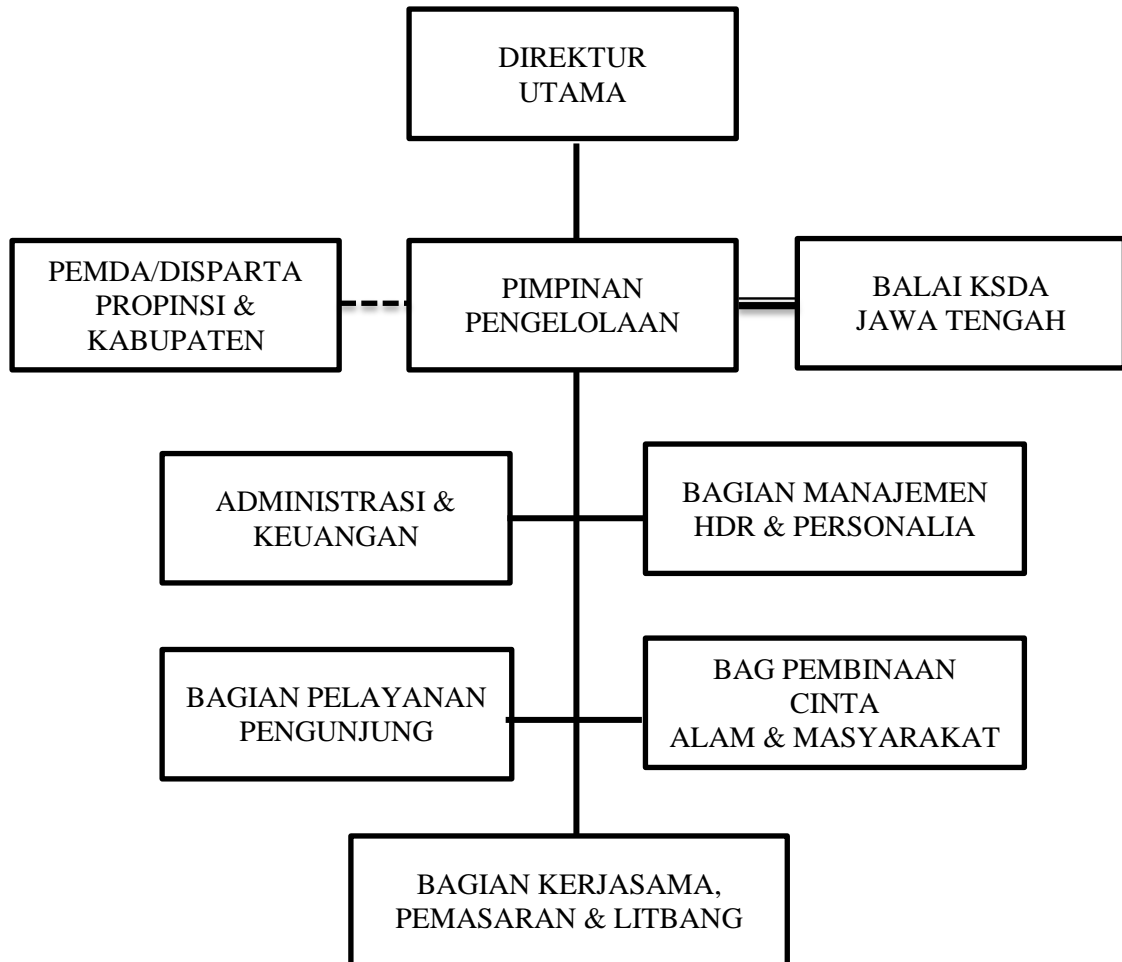


**Gambar 5. Fasilitas kolam renang**



**Gambar 6. Fasilitas gazebo**

### Struktur Organisasi PT. Duta Indonesia Djaya



#### KETERANGAN

- : Garis hirarki
- : Garis Pembinaan Kepariwisata
- : Garis Pembinaan Kawasan



**REKAPITULASI JUMLAH PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM**  
**GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU**

NO	BULAN	2013		2014		2015	
		WISNU	WISMAN	WISNU	WISMAN	WISNU	WISMAN
1	JANUARI	42.681	83	38.608	86	41.596	8
2	FEBRUARI	16.120	58	10.647	83	14.588	22
3	MARET	28.941	134	22.497	107	17.191	26
4	APRIL	19.840	65	19.918	161	17.517	43
5	MEI	32.153	237	37.091	251	29.854	40
6	JUNI	35.469	199	34.243	246	22.379	55
7	JULI	22.493	777	55.253	355	86.743	119
8	AGUSTUS	98.886	472	56.524	178	24.556	141
9	SEPTEMBER	26.772	344	25.107	80	19.901	71
10	OKTOBER	31.547	268	28.760	49	23.578	41
11	NOVEMBER	25.330	124	24.169	23	17.885	20
12	DESEMBER	42.013	118	33.224	23	59.075	26
		<b>422.245</b>	<b>2.879</b>	<b>386.041</b>	<b>1.645</b>	<b>374.863</b>	<b>612</b>
	<b>JUMLAH</b>	<b>425.124</b>		<b>387.686</b>		<b>375.475</b>	



**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI**

Alamat : Jalan Colombo Nomor 1 Yogyakarta 55281  
Telepon (0274) 554902, 586168 pesawat 817, Fax (0274) 554902  
Laman: fe.uny.ac.id E-mail: fe@uny.ac.id

Nomor : 1388/UN34.18/LT/2016

21 Juni 2016

Lamp. : 1 Bendel Proposal

Hal : Ijin Penelitian

Yth . Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta  
c.q. Ka. Badan Kesbanglinmas DIY  
Jl. Jend. Sudirman No.5 Yogyakarta 55231

Kami sampaikan dengan hormat, bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama	: Desi Kurnia Rahmawati
NIM	: 12402241044
Program Studi	: Pendidikan Administrasi Perkantoran - S1
Judul Tugas Akhir	: PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH
Tujuan	: Memohon ijin mencari data untuk penulisan Tugas Akhir Skripsi
Waktu Penelitian	: Minggu - Rabu, 10 Juli - 10 Agustus 2016

Untuk dapat terlaksananya maksud tersebut, kami mohon dengan hormat Bapak/Ibu berkenan memberi izin dan bantuan seperlunya.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.



Tembusan :  
1. Sub. Bagian Pendidikan dan Kemahasiswaan ;  
2. Mahasiswa yang bersangkutan.

Prof. Sukirno, S.Pd., M.Si., Ph.D.  
NIP. 196904141994031002



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
 Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233  
 Telepon: (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 23 Juni 2016

Nomor : 074/1947/Kesbangpol/2016  
 Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth :  
 Gubernur Jawa Tengah  
 Up. Kepala Badan Penanaman Modal Daerah  
 Provinsi Jawa Tengah  
 Di

SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
 Nomor : 1388 / UN34.18 /Lt/2016  
 Tanggal : 21 Juni 2016  
 Perihal : Ijin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal **"PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU TAWANG MANGU KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH"**, kepada:

Nama : DESI KURNIA RAHMAWATI  
 NIM : 12402241044  
 No. HP/Identitas : 085725299252 / 3313056412930001  
 Prodi /Jurusan : Pendidikan Administrasi Perkantoran  
 Fakultas : Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta  
 Lokasi Penelitian : Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, Tawangmangu,  
 Provinsi Jawa Tengah  
 Waktu Penelitian : 10 Juli s.d 10 Agustus 2016

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.  
 Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan).
2. Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
3. Yang bersangkutan.



**PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH**  
**BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH**

Alamat : Jl. Mgr. Soegijopranoto No. 1 Telepon : (024) 3547091 – 3547488 – 3541487  
 Fax : (024) 3549560 E-mail : bpmd@jatengprov.go.id http : //bpmd.jatengprov.go.id  
 Semarang - 50131

**REKOMENDASI PENELITIAN**

NOMOR : 070/2269/04.5/2016

- Dasar :**
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
  2. Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 74 Tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pada Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah;
  3. Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 22 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 67 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Jawa Tengah.

**Memperhatikan :** Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 074/1947/Kesbangpol/2016 Tanggal 28 Juni 2016 Perihal Rekomendasi Penelitian

Kepala Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah, memberikan rekomendasi kepada :

1. Nama : DESI KURNIA RAHMAWATI
2. Alamat : Mrangkang, RT 01/ RW 10, Kel. Matesih, Kec. Matesih, Kab. Karanganyar
3. Pekerjaan : Mahasiswa

**Untuk :** Melakukan Penelitian dengan rincian sebagai berikut :

- a. Judul Proposal : PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH
- b. Tempat / Lokasi : Taman Wisata Alam Grojogan Sewu, Kab. Karanganyar, Prov. Jawa Tengah
- c. Bidang Penelitian : Ekonomi
- d. Waktu Penelitian : 18 Juli 2016 s.d. 10 Agustus 2016
- e. Penanggung Jawab : Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D.
- f. Status Penelitian : Baru
- g. Anggota Paneliti : -
- h. Nama Lembaga : Universitas Negeri Yogyakarta

Ketentuan yang harus ditaati adalah :

- a. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat setempat / Lembaga swasta yang akan di jadikan obyek lokasi;
- b. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan;
- c. Setelah pelaksanaan kegiatan dimaksud selesai supaya menyerahkan hasilnya kepada Kepala Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah;
- d. Apabila masa berlaku Surat Rekomendasi ini sudah berakhir, sedang pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon dengan menyertakan hasil penelitian sebelumnya;
- e. Surat rekomendasi ini dapat diubah apabila di kemudian hari terdapat ketidaklurusan dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperutnya.

Semarang, 18 Juli 2016

KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH  
 PROVINSI JAWA TENGAH



SUJARWANTO DWIATMOKO





**PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH  
BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH**

Alamat : Jl. Mgr. Soegiopranoto No. 1 Telepon : (024) 3547091 - 3547438 - 3541487  
Fax : (024) 3549560 E-mail : [bpmd@jatengprov.go.id](mailto:bpmd@jatengprov.go.id) <http://bpmd.jatengprov.go.id>  
Semarang - 50131

Semarang, 18 Juli 2016

Nomor : 070/7647/2016  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 (Satu) Berkas  
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada  
Yth. Bupati Karanganyar  
u.p. Kepala Badan Kesbangpol  
Kab. Karanganyar

Dalam rangka memperlancar pelaksanaan kegiatan penelitian bersama ini terlampir disampaikan Penelitian Nomor 070/2269/04.5/2016 Tanggal 18 Juli 2016 atas nama DESI KURNIA RAHMAWATI dengan judul proposal PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU TAWANGMANGU KABUPATEN KARANGANYAR JAWA TENGAH, untuk dapat ditindaklanjuti.

Demikian untuk menjadi ma'dhum dan terimakasih.

KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH  
PROVINSI JAWA TENGAH



Ir. SUJARWANTO DWIATMOKO, M.Si.  
Pemimpin Utama Madya  
NIP.19651204 199203 1 012

Tembusan :

1. Gubernur Jawa Tengah;
2. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas Provinsi Jawa Tengah;
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta;
4. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta;
5. Sdr. DESI KURNIA RAHMAWATI.



**PEMERINTAH KABUPATEN KARANGANYAR  
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Alamat : Jln. Lawu No. 85 Karanganyar Telp. (0271) 495038 Fax (0271) 494835  
Website : ..... E-mail : Kesbangpol@karanganyarkab.go.id Kode Pos 57716

**REKOMENDASI PENELITIAN**

NOMOR : 070 / 524 / VII / 2016

- I. Dasar : Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tanggal 21 Januari 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tanggal 20 Desember 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
- II. Memperhatikan : 1. Surat dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor : 074/1947/Kesbangpol/2016 tanggal 23 Juni 2016 Perihal : Rekomendasi Penelitian.  
2. Surat dari Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah, Nomor: 070/2269/04.5/2016, tanggal 18 Juli 2016, Perihal Rekomendasi Penelitian.
- III. Yang bertanda tangan di bawah ini An. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Karanganyar tidak keberatan atas pelaksanaan suatu kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat dalam wilayah Kabupaten Karanganyar yang dilakukan oleh :
1. Nama / NIM : DESI KURNIA RAHMAWATI / 12402241044
  2. Alamat : Mranggang RT 01 RW 10 Desa Matesih, Kecamatan Matesih, Kabupaten Karanganyar.
  3. Pekerjaan : Mahasiswi
  4. Maksud dan tujuan : Melakukan ijin Penelitian guna menyusun Skripsi dengan judul : *"Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah"*.
  5. Lokasi : Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Kab. Karanganyar Rov. Jateng
  6. Jangka waktu : 21 Juli s.d 10 Agustus 2016
  7. Peserta : -
  8. Penanggungjawab : Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D
  10. Nama Lembaga : Universitas Negeri Yogyakarta
- Dengan Ketentuan sebagai berikut :
- a. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang dapat berakibat melakukan tindakan pelanggaran terhadap peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
  - b. Sebelum melaksanakan kegiatan tersebut, maka terlebih dahulu melapor kepada penguasa Pemerintah Desa/Kalurahan setempat.
  - c. Mentaati segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku juga petunjuk-petunjuk dari pejabat pemerintah yang berwenang dan tidak menimbulkan distorsi/gejolak masyarakat.
  - d. Setelah melaksanakan kegiatan dimaksud supaya menyerahkan hasilnya kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Karanganyar.
  - e. Apabila masa berlaku surat ijin ini sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan belum selesai perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon.
- IV. Surat Rekomendasi Penelitian akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang Surat Rekomendasi Penelitian ini tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan seperti tersebut diatas.

Dikeluarkan di : Karanganyar.

Pada Tanggal : 21 Juli 2016

**An. KEPALA BADAN KESBANG DAN POLITIK  
KABUPATEN KARANGANYAR**

**Kabid Kewaspadaan Daerah dan Ketahanan**

**Masyarakat**

**EKO BUDI HARYANTO, SH, M.Hum**

**Pembina Tk. I**

**NIP. 19601224 198803 1 005**

**TEMBUSAN :**

1. Bupati Karanganyar (sebagai laporan).
2. Kepala Bappeda Kabupaten Karanganyar.



**PEMERINTAH KABUPATEN KARANGANYAR**  
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**

Alamat : Jl. Wakhid Hasyim Karanganyar Telepon/Fax (0271) 495179  
 Website: www. Bappeda.karanganyar.go.id Email : bappeda\_karanganyar@yahoo.com Kode Pos 57716

**SURAT REKOMENDASI RESEARCH / SURVEY**

Nomor : 070 / 503 / VII / 2016

- I. **MENARIK** : Surat dari Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Karanganyar, Nomor 070 / 524 / VII / 2016 Tanggal 21 Juli 2016.
- II. Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Karanganyar, bertindak atas nama Bupati Karanganyar, menyatakan **TIDAK KEBERATAN** atas pelaksanaan research/penelitian/survey/observasi/mencari data dalam wilayah Kabupaten Karanganyar yang dilaksanakan oleh :
- |                   |   |   |
|-------------------|---|---|
| 1 Nama / NIM      | : | DESI KURNIA RAHMAWATI / 12402241044   |
| 2 Alamat          | : | Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta   |
| 3 Pekerjaan       | : | Mahasiswi   |
| 4 Penanggungjawab | : | Prof. Sukirno, M.Si., Ph.D  |
| 5 Maksud / Tujuan | : | Permohonan ijin Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul <b>"Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah"</b> |
| 6 Peserta         | : | -   |
| 7 Lokasi          | : | Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Kab. Karanganyar Prov. Jawa Tengah  |

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

- Pelaksanaan research/penelitian/survey/ observasi/mencari data tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah.
  - Sebelum melaksanakan research/penelitian/survey/ observasi/mencari data harus terlebih dahulu melaporkan kepada penguasa setempat.
  - Setelah research/penelitian/survey/ observasi/mencari data selesai, supaya menyerahkan hasilnya kepada BAPPEDA Kabupaten Karanganyar.
- III. Surat Rekomendasi research/penelitian/survey/ observasi/mencari data ini berlaku dari :  
 Tanggal 21 Juli s/d 10 Agustus 2016

Dikeluarkan di : Karanganyar  
 Pada tanggal : 21 Juli 2016

Ah. BUPATI KARANGANYAR  
 KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH  
 Ub.  
 KA. BID. PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN STATISTIK  
 Up  
 Ka Sub Bid Penelitian dan Pengembangan



H. SRI WIYANTO, S.Pd  
 NIP. 19620313 198201 1 005

Tembusan :

- Bupati Karanganyar;
- Kapolres Karanganyar;
- Ka. Badan KESBANGPOL Kab. Karanganyar;
- Ka. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kab. Karanganyar.





## DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN

Alamat : Komplek Perkantoran Kel. Cangakan Karanganyar Telp./Faks. (0271) 495439  
E-mail : disparbudkaranganyar@yahoo.co.id Kode Pos 57712

Nomor : 556/416/2016  
Lampiran : -  
Sifat : Biasa  
Perihal : Permohonan Ijin Survey/ Penelitian

Karanganyar, 25 Juli 2016

Kepada :  
Yth. Pengelola DTW Grojogan Sewu

Di,-  
KARANGANYAR

Menindaklanjuti surat dari Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Karanganyar Nomor : 070/503/II/2016 tanggal : 21 Juli 2016 Perihal: Rekomendasi Survey/ Research atas nama:

Nama/NIM : DESI KURNIA RAHMAWATI/ 12402241044  
Pekerjaan : Mahasiswi  
Alamat : Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Jurusan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
Maksud/ Tujuan : Permohonan Ijin Penelitian dalam rangka menyusun Skripsi dengan judul : " Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu Kabupaten Karanganyar Jawa Tengah"  
Penanggungjawab : Prof. Sukirno, M.Si.,Ph.D

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon agar di berikan ijin kepada mahasiswa/i tersebut di atas dalam penelitian / riset / mencari Data, kepada pihak/ instasi terkait dimohon kerjasamanya untuk dapat melayani mahasiswa tersebut.

### CATATAN :

1. Dalam Peiaksanaannya tidak disalagunakan dengan tujuan yang mengganggu kestabilan Pemerintah.
2. Menyerahkan hasilnya pada Disparbud Kab.Karanganyar.
3. Surat Rekomendasi Penelitian/research/survey/mencari data ini berlaku dari : 25 Juli s/d 10 Agustus 2016

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terimakasih.

KEPALA DINAS PARIWISATA  
DAN KEBUDAYAAN  
KABUPATEN KARANGANYAR

Drs. TARSIA, M.Pd  
Pembina Utama Muda  
NIP. 19620511 198405 1 003



**PT. DUTA INDONESIA DJAYA**

TAMAN WISATA ALAM GROJOGAN SEWU – HOTEL DUTA  
TAWANGMANGU – KARANGANYAR – JAWA TENGAH

Telp. 0271 ( 697051 ) Fax. 697051, Email : hotelduta@yahoo.co.id

Nomor : 053/DID/PT/VIII/2016

Lampiran : -

Perihal : Surat Keterangan

Dengan ini kami menyatakan bahwa :

Nama : Desi Kurnia Rahmawati

NIM : 12402241044

Program Study : Pendidikan Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ekonomi ( Universitas Negeri Yogyakarta )

Telah melaksanakan penelitian di Taman Wisata Alam Grojogan Sewu Tawangmangu tanggal  
25 Juli 2016 s/d 10 Agustus 2016 dengan judul penelitian :

“ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Wisata  
Alam Grojogan Sewu Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Provinsi Jawa Tengah “.

Demikian surat ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Tawangmangu, 1 Agustus 2016

Bagian Personalia

Bambang Suroso